



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

**TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN TURISMO Y
HOTELERÍA**

TEMA:

**Determinación del perfil demográfico y psicográfico del visitante en la
Comunidad 23 de Noviembre, Cantón Naranjal, Provincia del Guayas.**

AUTOR:

JEFFERSON BERLIN SALVATIERRA VALERO

TUTOR:

ING. MARIA LOURDES ZAMBRANO

GUAYAQUIL - ECUADOR

2015-2016

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA	
FICHA DE REGISTRO DE TESIS	
TÍTULO Y SUBTÍTULO: Determinación del perfil demográfico y psicográfico del visitante en la Comunidad 23 de Noviembre, Cantón Naranjal, Provincia del Guayas.	
AUTOR: Jefferson Berlin Salvatierra Valero	TUTOR: Ing. María Lourdes Zambrano
	REVISORES:
INSTITUCIÓN: Universidad de Guayaquil	FACULTAD: Comunicación Social
CARRERA: Turismo y Hotelería	
FECHA DE PUBLICACIÓN:	No. DE PÁG(s): 113
TÍTULO OBTENIDO: Licenciado en Turismo y Hotelería	
ÁREAS TEMÁTICAS: Perfiles del visitante, motivación y satisfacción turística.	
PALABRAS CLAVE: Perfil demográfico y psicográfico del visitante, satisfacción turística, motivación turística, tiempo de ocio y demanda turística.	
RESUMEN: Por medio de esta investigación se puede detectar el ingreso constante de visitantes y las diferentes clases de turistas que acoge la Comunidad 23 de Noviembre. El objetivo de esta investigación es determinar el perfil del visitante lo cual ayuda a establecer los objetivos planteados para el estudio investigativo. El presente trabajo es de enfoque mixto por ende las diferentes técnicas y herramientas utilizadas como son la observación, las encuestas y entrevistas, permitieron alcanzar las metas propuestas para la finalización de nuestra investigación. Con respecto a la población a encuestar y a los resultados obtenidos mediante las encuestas y entrevistas realizadas a los visitantes de la Comunidad 23 de Noviembre se pudo determinar la importancia de nuestra propuesta. Los diferentes atractivos naturales y servicios que se ofrecen dentro de la comunidad dan un plus al momento de dirigirse hacia la comunidad en la cual el turista nacional o internacional puede disfrutar de estas actividades, por lo tanto se podrá llevar un control permanente de visitas, gustos y preferencias dentro de la Comunidad 23 de Noviembre.	
No. DE REGISTRO (en base de datos):	No. DE CLASIFICACIÓN:
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SÍ <input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES: Jefferson Berlin Salvatierra Valero	Teléfono: 0979436724
	E-mail: j-salvatierravalero@hotmail.com
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Ing. María Lourdes Zambrano
Teléfono: 0967785117	E-mail: lzambrano2007@yahoo.com

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación **Determinación del perfil demográfico y psicográfico del visitante en la Comunidad 23 de Noviembre, Cantón Naranjal, Provincia del Guayas** que ha sido desarrollado por el Sr. **Jefferson Berlin Salvatierra Valero**, egresado de la Carrera de Turismo y Hotelería, Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, previo la obtención del título de Licenciado en Turismo y Hotelería, me permito declarar que luego de haber orientado y revisado, lo apruebo en todas sus partes.

Ing. María Lourdes Zambrano

ACTA DE RESPONSABILIDAD

La responsabilidad del contenido de este trabajo de Titulación le corresponde exclusivamente a Jefferson Berlin Salvatierra Valero; y al patrimonio intelectual del mismo a la **Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil**.

Jefferson Berlin Salvatierra Valero

C.I. 0930855218

CERTIFICACIÓN DEL LECTOR GRAMATÓLOGO

Quien suscribe el presente certificado, se permite informar que después de haber leído y revisado gramaticalmente el contenido del Trabajo de Titulación del Sr. **Jefferson Berlin Salvatierra Valero**, cuyo tema es **Determinación del perfil demográfico y psicográfico del visitante en la Comunidad 23 de Noviembre, Cantón Naranjal, Provincia del Guayas** Certifico que es un trabajo de acuerdo a las normas morfológicas, sintácticas y simétricas vigentes.

Atentamente

Lcda. Mónica Pérez

APROBACIÓN DEL JURADO EXAMINADOR

Los suscritos integrantes del tribunal correspondiente, declaramos haber APROBADO el Trabajo de Titulación **Determinación del perfil demográfico y psicográfico del visitante en la Comunidad 23 de Noviembre, Cantón Naranjal, Provincia del Guayas** que ha sido ideado, desarrollado y sustentado por el Sr. **Jefferson Berlin Salvatierra Valero**, egresado de la Carrera de Turismo y Hotelería, Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, previo a la obtención del título de Licenciado en Turismo y Hotelería.

Nombres Miembros

Nombre Presidente

AGRADECIMIENTO

Agradezco principalmente a Dios por darme salud y vida, además me ha guiado en el transcurso de mi vida brindándome diferentes oportunidades tanto personales como laborales.

A mis padres por haber creído en mí y haberme dado la oportunidad de superarme en conocimientos, gracias a ellos soy la persona que soy en estos momentos, a mis hermanos que de una u otra manera me brindaron un poco de su tiempo para la finalización de esta investigación.

Agradezco a mi amiga Mishell Macias Pluas que me ha brindado su ayuda cuando más lo necesitaba para la culminación de esta investigación como también a mi colega David Cascante por haberme dado ánimos para seguir con mi vida universitaria.

A todas las personas que forman parte de mi vida y me han brindado su apoyo constante, gracias por todas esas palabras de aliento y superación.

Una mención especial a los diferentes maestros que me brindaron su ayuda para cumplir esta meta en mi vida, a la Ing. María Lourdes Zambrano quien me extendió la mano para la culminación de esta investigación, como también al Dr. Javier López por haber entregado parte de su tiempo para lograr el propósito de esta investigación.

DEDICATORIA

Dedico la investigación a mis padres que me apoyaron cada momento de mi vida personal y universitaria, también a mis familiares, hermanos, amigos y colegas que me entregaron su apoyo al momento de realizar esta investigación deseando lo mejor en mi carrera universitaria y dándome todo sus buenas vibras para lograr mis metas planteadas.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	I
REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA.....	II
APROBACIÓN DEL TUTOR	III
ACTA DE RESPONSABILIDAD	IV
CERTIFICACIÓN DEL LECTOR GRAMATÓLOGO.....	V
APROBACIÓN DEL JURADO EXAMINADOR.....	VI
AGRADECIMIENTO.....	VII
DEDICATORIA.....	VIII
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XII
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	XIV
RESUMEN	XV
ABSTRACT	XVI
Introducción.....	1
CAPÍTULO I	3
1. EL PROBLEMA	3
1.1 Planteamiento del problema.....	3
1.2. Ubicación del problema en su contexto	4
1.3. Situación en conflicto	5
1.4. Alcance	5
1.5. Relevancia social	5
1.6. Evaluación del problema.....	6
1.6.1. Factibilidad.....	6
1.6.2. Conveniencia	6
1.6.3. Utilidad.....	6
1.6.4. Importancia	7
1.6.5. Formulación del problema	7
1.7. Objetivo general.....	7
1.8. Objetivos específicos:	7
1.9. Justificación de la investigación	8

1.9.1. Justificación teórica	8
1.9.2. Justificación metodológica	8
1.9.3. Justificación práctica.....	9
CAPÍTULO II	10
2. MARCO TEÓRICO.....	10
2.1. Fundamentación histórica	10
2.1.1. Historia del turismo	10
2.1.2. Historia del cantón Naranjal.....	11
2.1.3. Historia del ocio	12
2.2. Fundamentación teórica.....	13
2.2.1. Demanda turística.....	15
2.2.2. Satisfacción en el perfil del visitante	17
2.2.3. Motivación turística	21
2.2.4. Tiempo de ocio	22
2.3. Fundamentación legal.....	24
2.4. Definición de términos.....	44
CAPÍTULO III	47
3. METODOLOGÍA.....	47
3.1. Métodos de investigación.....	47
3.2. Técnicas y herramientas	48
3.3. Tipo de investigación	48
3.4. Software a utilizar	49
3.5. Población y muestra	49
3.6. Muestra.....	51
3.7. Técnicas utilizadas en la investigación	51
CAPÍTULO IV	52
4. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	52
4.1. Análisis de la observación.....	52
4.1.1 Seguridad y servicios básicos.....	52
4.1.2. Señalización del atractivo turístico dentro de la Comunidad 23 de Noviembre	53

4.1.3. Atractivo turístico	54
4.1.4. Actividades turísticas	54
4.2. Análisis de las encuestas realizadas a los visitantes de la Comunidad 23 de Noviembre.....	56
4.3. Análisis de la entrevista	75
4.4. Triangulación de los resultados	77
CAPÍTULO V.....	79
5. PROPUESTA	79
5.1. Introducción	79
5.2. Justificación	80
5.3. Visión	80
5.4. Objetivo general.....	81
5.5. Objetivos específicos	81
5.6. Ubicación	81
5.7. Descripción de la propuesta.....	82
5.8. Recursos de la propuesta	84
5.8.1. Afluencia de visitantes	84
5.8.2. Normas establecidas por los comuneros hacia los visitantes	85
5.8.3. Centro de información sobre el atractivo turístico dentro de la Comunidad 23 de Noviembre	85
5.8.4. Motivación para visitar el atractivo turístico	86
5.8.5. Entrada a la Comunidad 23 de Noviembre	86
5.8.6. Servicios gastronómicos que se ofrecen	87
5.9. Financiamiento.....	88
CAPÍTULO VI.....	89
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	89
6.1. Conclusiones	89
6.2. Recomendaciones	90
Bibliografía	91
Anexos	96

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Edades	56
Gráfico 2: Sexo	57
Gráfico 3: Profesión.....	58
Gráfico 4: País	59
Gráfico 5: Ciudad de residencia	60
Gráfico 6: Estado civil.....	61
Gráfico 7: Relacion Laboral.....	62
Gráfico 8: Nivel de instruccion.....	63
Gráfico 9: Ingresos económicos	64
Gráfico 10: Dinero dispuesto a invertir	65
Gráfico 11: Medios publicitarios	66
Gráfico 12: Hospedarse en la Comunidad 23 de Noviembre	67
Gráfico 13: Tipo de turismo	68
Gráfico 14: Que tiempo dispone.....	69
Gráfico 15: Frecuencia de las visitas.....	70
Gráfico 16: Principal atractivo turístico de la Comunidad 23 de Noviembre.....	71
Gráfico 17: Frecuencia de visita a otro atractivo turístico.....	72
Gráfico 18: Tipo de movilización	73
Gráfico 19: Principales servicios	74

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Edades	56
Tabla 2: Sexo	57
Tabla 3: Profesión	58
Tabla 4: País	59
Tabla 5: Ciudad de residencia.....	60
Tabla 6: Estado civil	61
Tabla 7: Relación laboral.....	62
Tabla 8: Nivel de instrucción	63
Tabla 9: Ingresos económicos	64
Tabla 10: ¿Cuánto dinero está Usted dispuesto a invertir para disfrutar de los servicios que ofrece la Comunidad 23 de Noviembre?	65
Tabla 11: ¿Cómo se enteró usted acerca de los servicios y actividades que se pueden realizar en la Comunidad 23 de Noviembre?	66
Tabla 12: ¿Le gustaría hospedarse en la Comunidad 23 de Noviembre?	67
Tabla 13: ¿Qué tipo de turismo le gusta realizar?.....	68
Tabla 14: ¿Qué tiempo usted dispone para realizar las actividades turísticas que se encuentran en la Comunidad 23 de Noviembre?	69
Tabla 15: ¿Con que frecuencia visita la Comunidad 23 de Noviembre?.....	70
Tabla 16: ¿Cuál es el principal atractivo que lo motiva para realizar una actividad turística en la Comunidad 23 de Noviembre?	71
Tabla 17: ¿Con qué frecuencia usted visita otro lugar turístico?.....	72
Tabla 18: ¿Con qué medio de transporte se desplaza cuando visita la Comunidad 23 de Noviembre?.....	73
Tabla 19: Cuál es el servicio que más gasto de dinero le origina cuando visita la Comunidad 23 de Noviembre.....	74
Tabla 20: Triangulación de los resultados.....	77
Tabla 21: Gastos a realizar	88

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Lopes Brenner, Eliane (2006). La motivación turística: el caso de la región de las aguas termales de Goiás, Brasil.....	21
Ilustración 2: Seguridad y servicios básicos.....	52
Ilustración 3: Señalética del atractivo turístico	53
Ilustración 4: Atractivo turístico	54
Ilustración 5: Actividades turísticas	55
Ilustración 6: Actividades recreativas	55
Ilustración 7: ubicación geográfica	82
Ilustración 8: casa comunal.....	83
Ilustración 9: interior de la sede social 23 de Noviembre	83
Ilustración 10: afluencia de visitantes.....	84
Ilustración 11: normas para el ingreso del atractivo turístico.....	85
Ilustración 12: motivación para visitar el atractivo turístico.....	86
Ilustración 13: entrada a la Comunidad 23 de Noviembre.....	87
Ilustración 14: servicios gastronómicos que se ofrecen	87

RESUMEN

Por medio de esta investigación se puede detectar el ingreso constante de visitantes y las diferentes clases de turistas que acoge la Comunidad 23 de Noviembre. El objetivo de este estudio es determinar el perfil del visitante lo cual ayuda a establecer los objetivos planteados para el propósito investigativo. El presente trabajo es de enfoque mixto por ende las diferentes técnicas y herramientas utilizadas como son la observación, las encuestas y entrevistas, permiten alcanzar las metas propuestas para la finalización del estudio. Con respecto a la población que se dirige y a los resultados obtenidos mediante las preguntas realizadas a los visitantes de la Comunidad 23 de Noviembre se pudo determinar la importancia de la propuesta. Los diferentes atractivos naturales y servicios que se ofrecen dentro de la comunidad dan un plus al momento de dirigirse hacia la comunidad en la cual el turista nacional o internacional puede disfrutar de estas actividades, por lo tanto se podrá llevar un control permanente de visitas, gustos y preferencias dentro de la Comunidad 23 de Noviembre.

Palabras claves: Perfil demográfico y psicográfico del visitante, satisfacción turística, motivación turística, tiempo de ocio y demanda turística.

ABSTRACT

Through this research you can detect the constant number of visitors and the different kinds of tourists who hosts the Community November 23. The aim of this study is to determine the profile of the visitor which helps set the objectives for the research purpose. The present work is thus mixed approach different techniques and tools used such as observation, surveys and interviews, allow reaching the goals set for completion of the study. With respect to the population and directs the results obtained by the questions visitors Community November 23 could determine the importance of the proposal. The various natural attractions and services offered in the community giving a plus when heading to the community in which national or international tourist can enjoy these activities may therefore continuous monitoring visits, tastes and preferences within the Community November 23.

Keywords: Demographic and psychographic profile of the visitor, tourist satisfaction, motivation tourist, leisure and tourism demand.

Introducción

El presente trabajo de investigación se la realiza con el propósito de resolver la problemática sobre la determinación el perfil del visitante de la Comunidad 23 de Noviembre, los datos obtenidos mediante encuestas y entrevistas fueron realizados a los visitantes como a los pobladores de la comunidad.

En el capítulo I se determina la problemática de la investigación la cual es que se desconoce la clase de turista que llega al sitio, además se establece los objetivos, causas y efectos de la problemática, como los involucrados y posteriormente la justificación de la investigación.

En el capítulo II se establecen las diferentes teorías que fundamentan la investigación sobre la demanda turística, el perfil de visitante, la satisfacción del turista y el tiempo de ocio, esto con el propósito de fortalecer la investigación.

En el capítulo III se da a notar la clase de metodología que se utilizó para lograr los objetivos planteados de la investigación, técnicas y métodos utilizados para identificar el problema y darle la solución adecuada al tema investigativo.

En el capítulo IV se establece el análisis de los resultados obtenidos mediante las herramientas utilizadas para lograr la solución de la problemática, mediante la observación se pudo evidenciar el problema , las encuestas y entrevistas sirvieron para fortalecer nuestro conocimiento acerca del tema a investigar y buscarle la solución adecuada.

En el capítulo V se establece la propuesta una vez dado los resultados de la investigación y determinando la problemática del lugar como su solución, el propósito es de ayudar a los comuneros con una mejor acogida de visitantes y generando recursos económicos en el sitio como también mejorar la calidad del servicio y productos ofrecidos en el lugar.

En el capítulo VI se dan a conocer las conclusiones y recomendación del estudio, esto es el paso final de esta tarea investigativa con el fin de ayudar al sitio y mejorar los servicios ofrecidos en el lugar.

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema

Un atractivo turístico tiende a generar ingresos a su localidad ya sea por la realización de actividades turísticas o por la prestación de servicios tales como alojamientos o servicios de alimentos y bebidas.

El desconocimiento del perfil del visitante que se dirige a la Comunidad 23 de Noviembre es el principal problema eje de esta investigación. Debido al ingreso constante de visitas y a la falta de apoyo por parte de entidades públicas y privadas no se ha tomado la debida importancia al tipo de turista que se acoge.

Este es el caso de la Comunidad 23 de Noviembre, la cual se encuentra en un proceso de desarrollo turístico, debido a que se está trabajando en diferentes proyectos para la captación y atracción de turistas nacionales como internacionales con el fin de generar ingresos económicos que ayuden a los comuneros a mejorar sus servicios y a ejecutar la actividad turística en el sitio, ya que en esta comunidad se encuentra ubicada una cascada denominada por los comuneros como las “7 Cascadas del Hayas”.

1.2. Ubicación del problema en su contexto

Naranjal cuenta con una extensión de 201.000 hectáreas, (Municipio de Naranjal, 2015), la misma que cuenta con una población aproximada de 69.012 habitantes (Instituto nacional de estadísticas y censos, 2010), dentro de este cantón se encuentra la Comunidad 23 de Noviembre con sus atractivos turísticos.

La Comunidad 23 de Noviembre cuenta con una gran flora y fauna dentro de sus atractivos turísticos como lo son las 7 Cascadas del Hayas a esto se le une el Mirador Turístico del Tigre, además dentro de estos atractivos se pueden realizar deportes extremos y el avistamiento de aves endémicas de la zona por ende influye en la motivación para la visita del lugar.

Las autoridades locales no han brindado una correcta administración y ayuda a esta comunidad por lo que se ha visto afectada en el ámbito social, cultural, económico y turístico. Diferentes instituciones universitarias han aportado con capacitaciones hacia los comuneros para mejorar la captación del visitante, sin embargo en el Ecuador la falta de preocupación en ciertos atractivos turísticos afecta notablemente siendo esta una de las mayores demandas con la que cuenta nuestro país, el tipo de servicio, la satisfacción y la motivación turística son los ejes principales para la obtención de visitantes en cualquier atractivo turístico.

Este estudio ayudará a determinar el tipo de visitante y cómo llevar un mejor control de los atractivos que se ofrecen en la zona para beneficio de la Comunidad 23 de Noviembre.

1.3. Situación en conflicto

La Comunidad 23 de Noviembre ubicada en el Cantón Naranjal, provincia del Guayas cuenta con atractivos naturales dignos de visitar, en este lugar se están desarrollando diferentes implementaciones y cambios para mejorar los servicios que allí se ofrecen, esto con el fin de obtener una mayor demanda de turistas.

Este lugar cuenta con diferentes atractivos naturales los cuales son la razón por la que recibe afluencia de visitas, sin embargo el desconocimiento del perfil del visitante es lo primordial para difundir un mejor servicio dentro de la comunidad 23 de Noviembre hacia el turista.

Esta comunidad se dedica a las actividades agrícolas pero hoy en día se están realizando trabajos en el área turística para que esta actividad sea un ingreso económico fundamental para los comuneros.

1.4. Alcance

El alcance de esta investigación es determinar, observar, describir y documentar las características y opiniones de los visitantes en la Comunidad 23 de Noviembre, Cantón Naranjal a través de las variables a analizar.

1.5. Relevancia social

Con esta investigación se obtendrá una mayor identificación del turista que se traslada hacia la Comunidad 23 de Noviembre en el Cantón Naranjal, en la cual se está promoviendo cada vez más las actividades turísticas y culturales, con el fin de darle un

valor extra a esta comunidad y fomentar así las nuevas oportunidades de empleo para las personas que habitan en el lugar. La constante afluencia de visitantes que ingresan al atractivo turístico ayudará a cumplir el propósito de este proyecto, siendo la determinación del perfil demográfico y psicográfico lo más importante.

1.6. Evaluación del problema

1.6.1. Factibilidad

El presente trabajo de investigación es viable, ya que cuenta con recursos necesarios para su ejecución, además se buscará a las diferentes instituciones para obtener beneficios que ayuden al lugar. Por otro lado, se adquirirá información por parte de los comuneros y de los visitantes que visiten los atractivos turísticos.

1.6.2. Conveniencia

Con esta investigación se busca determinar el perfil de los visitantes que se dirigen a la Comunidad 23 de Noviembre, para brindar un mejor servicio de acuerdo a las exigencias de cada turista.

1.6.3. Utilidad

Este estudio ayuda a tener una mejor perspectiva de los servicios que se ofrecen y a su vez el tipo de visitante que se acoge dentro de la Comunidad 23 de Noviembre.

1.6.4. Importancia

Se reconocerá las exigencias de los turistas y generará ingresos económicos, además se implementaran diferentes estrategias para lograr la captación de los visitantes.

1.6.5. Formulación del problema

¿Cómo se determinará el perfil del visitante que se dirige hacia la Comunidad 23 de Noviembre, Cantón Naranjal, Provincia del Guayas?

1.7. Objetivo general

Determinar el perfil demográfico y psicográfico del visitante para documentar la clase de turista que se dirige hacia la Comunidad 23 de Noviembre, Cantón Naranjal, Provincia del Guayas.

1.8. Objetivos específicos:

1. Identificar los motivos de las visitas hacia la Comunidad 23 de Noviembre.
2. Determinar de forma general características de los turistas que se dirigen hacia la Comunidad 23 de Noviembre.
3. Registrar el tiempo destinado para realizar las actividades turísticas en la Comunidad 23 de Noviembre.
4. Proponer la creación de la oficina de Monitoreo de visitantes en la Comunidad 23 de Noviembre.

1.9. Justificación de la investigación

1.9.1. Justificación teórica

Con esta investigación se logrará obtener un resultado claro y preciso de las diferentes clases sociales y tipos de turistas que se acogerá en la Comunidad 23 de Noviembre, este trabajo servirá para la generación de nuevas ideas de captación del visitante con el fin de obtener mejores ingresos económicos que ayuden a la realización de diferentes proyectos de implementación turística dentro de la zona.

Los pobladores como los turistas son los principales actores en esta investigación, es así que se debe de tener en cuenta la importancia con la que cuenta este estudio, ya que por medio de este proyecto se generarán nuevas fuentes de trabajos y se mejorará la importancia con la que cuenta la Comunidad 23 de Noviembre.

1.9.2. Justificación metodológica

Esta investigación se determinará mediante los resultados obtenidos de las encuestas, estudios de campos, entrevistas, etc. Además se observará e identificará el tipo de visitante y el tiempo que decide realizar una actividad turística en la Comunidad 23 de Noviembre.

1.9.3. Justificación práctica

Es muy importante la determinación demográfica y psicográfico del visitante esto ayudará a que los comuneros se den cuenta en que deben mejorar de acuerdo a las preferencias del turista, se quiere demostrar que es un proyecto viable y que cuenta con lo necesario para la ejecución de esta investigación.

Además, esto servirá para tener un mejor control en la calidad del servicio que se ofrece, con el fin de mejorar la captación permanente de los visitantes.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Fundamentación histórica

2.1.1. Historia del turismo

Cisneros (2011), da a conocer que el turismo surge en el siglo XIX, este fue un movimiento que tomó fuerza con la Revolución Industrial cuyo propósito era alejarse de las fuertes jornadas de trabajo para realizar alguna actividad que no sea laboral sino de descanso, salud, cultural o de negocio; además, se toma en cuenta que la gran masividad de personas que hicieron este tipo de movimiento fue por escapar de las guerras que en sus países se daban constantemente.

Edad antigua

En la Grecia antigua se daba mucha importancia al tiempo ocio las cuales se destinaban a realizar actividades fuera de las normales trasladándose de un lugar a otro con el fin de hacer actividades deportivas, culturales e incluso se realizaban reuniones de peregrinaciones religiosas.

Edad media

En esta época se dan toman fuerzas las peregrinaciones religiosas, las cuales ya existían en la época clásica y antigua, por lo que el cristianismo como el islam las

extendieran a un mayor número de creyentes y los desplazamientos fueran mayores, esto siguió y fueron continuas las peregrinaciones en toda Europa.

Edad moderna

Las peregrinaciones continúan y se comienza a otorgar mayor importancia a la necesidad de realizar actividades fuera de las laborales es por eso que se comienzan a generar fuertes movimientos masivos de un lugar a otro con el fin de tomar un tiempo de descanso.

2.1.2. Historia del cantón Naranjal

Medina (2012), indica que el cantón Naranjal se encuentra dentro de la provincia del Guayas la cual tiene frontera con provincias de la sierra ecuatoriana por lo tanto su ubicación representa la comunicación entre la costa y la sierra por lo que esto ayudó a la comunicación permanente con la ciudad de Guayaquil. En este lugar surgieron las primeras poblaciones las cuales se registraron en la revolución del 9 de Octubre de 1280, días más tarde aproximadamente 15 días del mismo mes se estableció la independencia del cantón por parte de los señores Manuel Bernardo Enderica, Jerónimo Santa Cruz, José María Andrade y Mariano Unda. Una vez creada y establecida la República del Ecuador comenzó a formar parte de la parroquia rural del Cantón Guayaquil la cual adquirió una mayor importancia debido a su impulso en la agricultura y posteriormente la especialización en el banano, esta fue una de las razones más importantes por la cual el cantón Naranjal surgiera con sus pobladores debido a su gente trabajadora de allí es que se comienza a crear diferentes comunidades y comunas alrededor del cantón.

En la Comunidad 23 de Noviembre se encuentran establecidas unas cascadas denominados por los comuneros como las 7 Cascadas del Hayas he aquí la importancia de este atractivo ya que las personas comenzaron a establecerse en el lugar con el fin de mejorar sus actividades agrícolas por la clase de clima que ahí existe.

2.1.3. Historia del ocio

Según Gomes, Chr. e Elizalde. (2012), indican que los diferentes estudios que se han realizado sobre el ocio se originaron en la Grecia Antigua o en la modernidad Europea, estas interpretaciones están ligados a los términos de la historia del ocio y han generado muchos debates académicos: para muchos el ocio es observado como origen de las sociedades griegas, mientras que para otros es un fenómeno que la sociedad ha adoptado con el pasar de los años.

A estas interpretaciones se las ha transformado de tal manera que cada continente tiene su propio criterio sobre este tema es así que cada país cuenta con un marco de historia, cultura, sociales, políticas y económicos. De esta manera el análisis de los diferentes conceptos y teorías sobre el ocio y recreación pueden ser globalizadas.

En la edad moderna estas interpretaciones sobre el tiempo de descanso fueron cambiando las cuales se comenzaron a dividir las horas laborales con las del tiempo de descanso separándolas cada una con 8 horas, esto generó en principios ciertas discusiones dentro de las empresas industriales por lo que tenían que contratar mayor personal para cubrir las horas de descanso de los empleados.

2.2. Fundamentación teórica

Las bases fundamentales para la ejecución de esta investigación se basa en los diferentes objetivos planteados en el “Plan de Tour 2020” las cuales se enfatizan a continuación para tener en claro los objetivos que aquí se plantean para la elaboración del estudio.

“Plan de tour 2020

Objetivos generales:”

“1. Consolidar al turismo sostenible como uno de los ejes dinamizadores de la economía ecuatoriana, que busca mejorar la calidad de vida de su población y la satisfacción de la demanda turística, aprovechando sus ventajas competitivas y elementos de unicidad del país.”

“2. Coordinar los esfuerzos públicos, privados y comunitarios para el desarrollo del turismo sostenible, basado en sus destinos turísticos y bajo los principios de alivio a la pobreza, equidad, sostenibilidad, competitividad y gestión descentralizada.”

“3. Desarrollar un sistema moderno de gobernanza del turismo, que tenga un esquema jurídico claro, un sistema de información eficiente y un marco institucional fortalecido que facilite ejercicio de las actividades turísticas, impulse el proceso de descentralización ya en marcha, con procesos eficientes que contribuyan a la sostenibilidad, competitividad y seguridad del sector turístico del Ecuador.”

“4. Generar una oferta turística sostenible y competitiva potenciando los recursos humanos, naturales y culturales, junto con la innovación tecnológica aplicada a los

componentes de infraestructuras, equipamientos, facilidades y servicios, para garantizar una experiencia turística integral de los visitantes nacionales e internacionales.”

“5. Incentivar volumen del turismo interno dentro de las posibilidades socio-económicas s del mercado, su evolución en el tiempo y abierta a todos los sectores de la población que ejerce el ocio como derecho.”

“6. Convertir al turismo sostenible en una prioridad de la política de Estado y de la planificación nacional para potenciar el desarrollo integral y la racionalización de la inversión pública, privada y comunitaria.”

“7. Atraer una demanda turística internacional selectiva, consciente de la sostenibilidad y con mayor disposición al gasto turístico por su estancia, así como una demanda turística nacional amplia y abierta a todos los sectores de la población que ejerce el ocio como un derecho.”

“8. Posicionar al país como un destino turístico sostenible líder que contribuye al logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio con elevada responsabilidad social corporativa y efectiva gestión socio-cultural y ambiental.”

Para esta investigación se va a tomar como referencia el objetivo 1: la cual indica buscar mejorar los servicios que se ofrecen dentro de los atractivos turísticos como incrementar la demanda turística; además, como se indica en el objetivo 2: se busca consolidar una buena relación entre las diferentes entidades públicas, privadas y comunitarias con el fin de mejorar el desarrollo turístico dentro de la Comunidad 23 de Noviembre.

se podrán realizar en el lugar, además se tendrá en cuenta la clase de turista que se acogerá.

Etapa 2: Análisis de la oferta y la demanda turística.

En esta etapa se obtiene diferentes tipos de información de acuerdo al destino turístico, esta información se obtiene a través de fuentes informativas y bases de datos brindadas por el gobierno o cualquier institución estatal o federal.

Comportamiento de la demanda turística.

Aquí se puede determinar de forma mensual o anual el comportamiento del visitante con el propósito de recoger información brindada por cada uno de los turistas que visitan un atractivo turístico, este estudio ayuda a analizar las tendencias de cada uno de los visitantes y la cual ayuda a prever el nivel de la demanda en el futuro.

Etapa 3. Demanda real turística.

En esta etapa se recoge todo tipo de información brindan por el visitante es decir los turistas que visitan frecuentemente el atractivo turístico, esto se lo logra identificar por medio de encuestas o entrevistas realizadas a los turistas para obtener un enfoque general del motivo de su visita.

Etapa 4. Medición de la demanda turística.

En esta etapa se redacta el informe general de la investigación tanto de los factores internos y externos con las que cuenta cada uno de ellos, se muestra el resultado obtenido explicado de una manera clara y precisa para la comprensión de la

investigación, con este resultado se obtiene la medición de la demanda turística en un atractivo turístico y esto ayuda a que la demanda turística mejore con el fin de lograr un nivel de satisfacción en los clientes.

Etapa 5: Satisfacción de los clientes.

Esta etapa es la más importante aquí es donde se mueve la demanda de turistas en general, sin un nivel de satisfacción no hay turistas y si no hay turistas no se generan ganancias económicas ni sociales, el servicio es el eje principal en la actividad turística esto se genera para llenar las necesidades y expectativas del consumidor.

2.2.2. Satisfacción en el perfil del visitante

Para Chen y Chen (2009), la lealtad es un factor muy importante a la hora de realizar alguna actividad sea esta turística o no, lo cual es una manera fundamental de considerar un mejor comportamiento del consumidor, esto a su vez genera una gran fuente de ingresos notables a cualquier destino o empresa, la captación y retención del visitantes es muy importante a la hora de ofrecer un producto ya que esta a su vez va a generar ingresos y traerá consigo una mayor demanda turística de visitantes leales; tomando en cuenta que las experiencias turísticas satisfactorias son el eje principal para la obtención de un nivel o clase de turista que se desea obtener, los factores principales para lograr dicho objetivo es lograr recibir una excelente satisfacción al momento de dirigirse hacia un destino turista, es decir, si obtenemos un nivel de satisfacción agradable es posible que regrese a ese mismo lugar siempre y cuando los estándares del servicio obtenido no decaigan para obtener la satisfacción deseado. Castaño, Moreno, García y Crego (2003).

Estudios realizados por Dann (1977); (1981), afirman que la conceptualización de motivación es empujada por dos tipos de fuerza estas son la necesidad del buscar y la necesidad de escapar de cada uno de los turistas, cada persona es motivada a realizar alguna actividad ya sea por cuestión de satisfacción o deseo, la cual necesita buscar algo que lo motive a ir o experimentar alguna actividad o traslado hacia un sitio distinto al de su entorno habitual, por otra lado es necesario escaparse de las acciones cotidianas para sentirse mejor con uno mismo esto ayuda a la motivación y por lo tanto a la satisfacción de llegar o de ir a un lugar donde se podrá obtener una clase de servicios con el fin de sentirse a gusto, un mejor servicio hacia los visitantes esto ayudará a que el turista se sienta a gusto por lo tanto una persona satisfecha nos traerá 10 más.

Considerando que el tema satisfacción no solo tiene que ver con la calidad de servicio que se entrega o que se o recibe, sino también sobre el conocimiento de las preferencia con la que cuenta el visitante Martín, y Recio (2006); es por eso que mientras más se obtiene visitantes mejor tiene que ser la prestación de servicios es decir brindar una calidad de servicios con el propósito de satisfacer las necesidades de los visitantes.

García & Picos (2009), nos indica que uno de los mejores atributos a la hora de establecer contactos con los clientes o visitantes es la relación entre el empleado y el cliente y lo que determina esta relación es la amabilidad con la cual se obtiene la

satisfacción del visitante, es importante tener una buena atención para retener la atención de nuestros visitantes estos contactos son el eje principal en las transacciones turísticas la cual determinan un factor positivo de nuestros actos. Si no se tiene un nivel de servicio aceptable hacia el turista, el visitante se encontrará con experiencias frustradas es decir se llegara a un nivel de insatisfacción lo cual generará que el turista no regrese al lugar donde realizó la actividad turística. López (2006).

Zabkar, Makovec, y Dmitrovic (2009), determinan que cada visitante tiene una motivación diferente al momento de realizar alguna actividad turística lo cual afectará a la satisfacción del visitante, por lo tanto, la lealtad se verá modificada por estos 2 cambios y el comportamiento de cada turista generará una repetición de visitas turísticas. La satisfacción se genera a través de dos pilares fundamentales: el factor humano y la valoración de la accesibilidad; Devesa y Palacios (2005), la cual el factor humano es el más importante para establecer un nivel de satisfacción por lo tanto se obtienen los siguientes resultados:

1. La relación directa entre la motivación y la satisfacción de ofertas turísticas.
2. Los indicadores que determinan que la satisfacción no necesariamente se relaciona con las motivaciones de viaje.
3. Indicadores que se relacionan con las motivaciones que determinan la satisfacción dentro de la visita turística.

Los diferentes estudios realizados por Yoon, Lee y Lee (2009), marca la relación que hay entre la motivación, satisfacción y lealtad del visitante o comprador, esta relación forma parte importante dentro del perfil turístico, lo cual la motivación es la que te

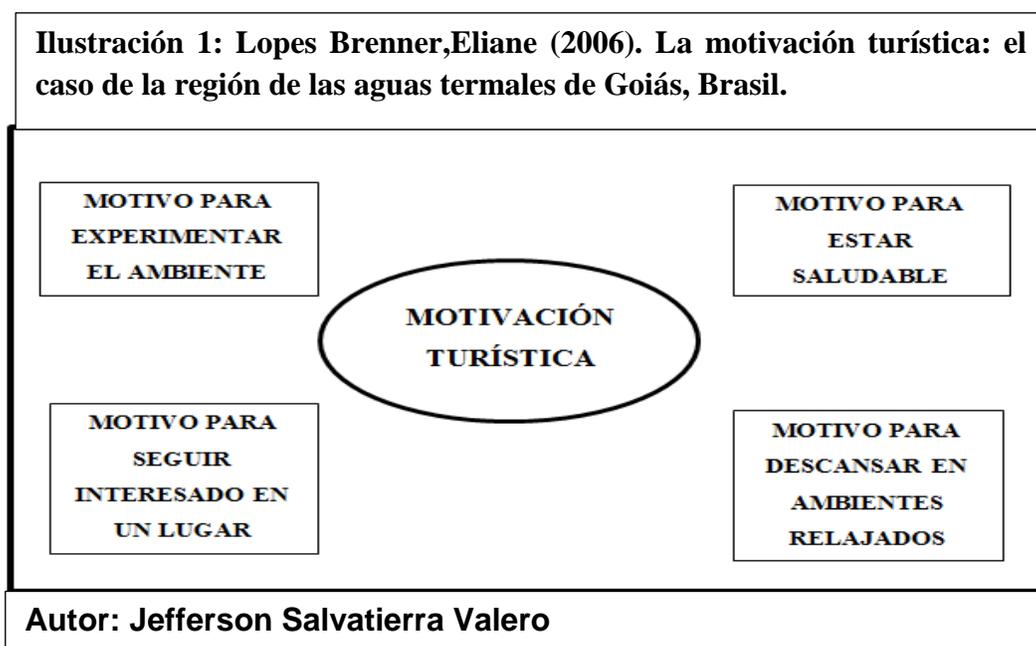
ayuda a dirigirte hacia algún lugar, la satisfacción es la que t orienta a repetir una actividad ya realizada y la lealtad te ayuda a volver al destino con el fin de repetir la satisfacción ya obtenida. Es así que existen otros factores o atributos para llegar a la satisfacción, la cual es considerada ya sea por el trato recibido, la disponibilidad de los recursos o por las relaciones interpersonales recibidas en un lugar estas clases de factores son muy importantes a la hora de lograr una satisfacción. Kozak y Rimminghton (2000).

Yuksel, Yuksel y Bilim (2009), señalan que una vez que los valores y necesidades se activen y se apliquen en una actividad turística, éstas generarán una relación entre la satisfacción y la motivación por realizar una actividad, la motivación forma parte junto a las expectativas y estas se determinan a través de la percepción y de las experiencias adquiridas. La satisfacción va de la mano junto con la calidad del servicio, lo cual esto estimula el nivel de motivación turística.

Alhroot y Alalak (2010), señalan que la competitividad turística de una localidad es un plus a la hora de realizar alguna actividad turística, este factor puede influir en el éxito de la actividad turística, enfocarse en las estrategias y en las acciones forma parte fundamental con la satisfacción del turista, la generación de recursos sirve para emplearla en la oferta y la demanda turística.

2.2.3. Motivación turística

La motivación turística se debe al simple hecho de realizar otra actividad con algún tipo de incentivo y esto se da debido al tiempo de ocio que tenga ya que sin un tiempo libre no se puede realizar ninguna actividad que sea satisfactoria para nosotros. Tomando en cuentas las diferentes denominaciones de lo que es la motivación se definen como la actitud de sentirse satisfecho realizando alguna actividad y basándose en los atractivos turísticos tenemos flujos importantes que se deben destacar (Criterio propio):



El estudio realizado en el año 2003 por Castaño, Moreno, García, identifican a la motivación como un estímulo consiente e inconsciente, psicológico o social que se mueven a una reacción orientada a un objetivo deseado, el comportamiento forma parte del hábito lo cual la motivación permite actuar. Enfocando el ámbito turístico cabe recalcar que la motivación turística influye bastante en cada individuo ya que es el eje

principal de la acción la cual permite realizar actividades que deseamos con cierto nivel de satisfacción y deseo.

Mahika (2011), nos indica las diferentes características de los productos turísticos y la motivación que viene con los mismos:

- Los productos turísticos pueden ser tangibles o intangibles, la cual el turista realiza una compra con el fin de lograr tener una experiencia agradable y motivadora.
- La motivación tiene 3 fases: la de anticipación, la de consumo y la de recuerdo, fases necesarias para lograr un estímulo motivatorio.

2.2.4. Tiempo de ocio

Araugo & Isayama (2009), indican que el turismo esta justamente ligado con el ocio ya que estas dos tienen una relación permanente, tanto que el turismo es el movimiento masivo de un lugar a otro, el ocio es una necesidad humana y una dimensión de la cultura que es caracterizada por las manifestaciones socioculturales en el tiempo y espacio social. Así mismo las declaraciones tomadas por Hernández y Morales en el 2008, afirman que la Skholé o el tiempo de ocio no es un sinónimo de no hacer nada, sino la de disfrutar de las actividades extra laborales. Para conseguir ese estado, necesariamente uno debía estar desocupado, es decir, no sujeto al trabajo.

Gomes & Elizalde (2009), el ocio no puede ser visto como un antídoto para los problemas sociales cuyo objetivo sea simplemente aliviar las tensiones o compensar los dilemas que marcan profundamente el mundo actual, sino solo como uno de los muchos elementos que posibilitará la construcción de sociedades realmente solidarias; por otro lado Fontcuberta (2007), explica las tres diferentes conceptualizaciones sobre los medios de comunicación y el ocio:

- El descanso unido con una ocupación.
- El ocio integrado a los valores educativos y culturales.
- Medios de comunicación que influyen en el tiempo de ocio.

Estos medios generan un cambio frecuente en la decisión de tomar un tiempo libre para realizar alguna actividad diferente a las habituales.

Lacerda (2010), afirma que el turismo representa una posibilidad de ocio y esta a su vez representa una fuerte motivación para realizar una actividad turística; por lo que al realizar una actividad que se encuentra fuera de las ocupaciones habituales es una manifestación de ocio, esta actividad se genera por la necesidad de hacer algo nuevo que no se relacione con las actividades cotidianas. Gomes, C. L. (2010), comparte esta opinión y dice que el ocio cuenta con tres elementos vitales: la diversión, las distracciones y las relaciones interpersonales. Sin la diversión no encontramos motivación alguna para realizar alguna actividad, sin distracción no podríamos realizar desplazamientos de un lugar a otro y sin relaciones interpersonales no podríamos conectarnos con nuestro entorno la cual no se realizaría ninguna actividad turística ni

de descanso, estos elementos juntos forman parte de un potente aliado para la realización del ocio en nuestra sociedad, volviéndolas más humanas e inclusivas.

Gomes & Souza (2011), el turismo y el ocio son relaciones en las cual el humano tiende a ejercer las dos a la misma vez, esas se concretizan a través de las interacciones con nuevas personas, nuevos paisajes, sociedades y culturas. El ocio y el tiempo libre están ligados siempre a las ideas y políticas de cada época, la historia del ocio y de los tiempos sociales no han permitido situarse a la par con cada uno de los términos, aunque hablar del tiempo de ocio tiene múltiples manifestaciones tales que para unos el problema se reduce en el ocio, mientras que para otros es la práctica de actividades no obligadas a realizar. Cuenca (2004).

2.3. Fundamentación legal

“Ley de turismo

Capítulo I

Generalidades”

“Art. 1.- La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.”

“Art. 2.- Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.”

“Art. 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes:

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y,
- e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afroecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando.”

“Ley de turismo

Capítulo II

De las actividades turísticas y de quienes las ejercen”

“Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento;

- b. Servicio de alimentos y bebidas;
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones.”

“**Art. 8.-** Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.”

“**Art. 9.-** El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.”

“**Art. 10.-** El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia única Anual de Funcionamiento; lo que les permitirá:

- a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley;
- b. Dar publicidad a su categoría;

c. Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento”

“Ley de turismo

Capítulo VI

Áreas turísticas protegidas”

“Art. 20.- Será de competencia de los Ministerios de Turismo y del Ambiente, coordinar el ejercicio de las actividades turísticas en las áreas naturales protegidas; las regulaciones o limitaciones de uso por parte de los turistas; la fijación y cobro de tarifas por el ingreso, y demás aspectos relacionados con las áreas naturales protegidas que constan en el Reglamento de esta Ley. El Ministerio de Turismo deberá sujetarse a los planes de manejo ambiental de las áreas naturales protegidas, determinadas por el Ministerio del Ambiente. Las actividades turísticas y deportivas en el territorio insular de Galápagos se regirán por la Ley de Régimen Especial para la Conservación y Desarrollo Sustentable de la Provincia de Galápagos y el Estatuto Administrativo del Parque Nacional Galápagos.”

“Art. 21.- Serán áreas turísticas protegidas aquellas que mediante Decreto Ejecutivo se designen como tales. En el Decreto se señalarán las limitaciones del uso del suelo y de bienes inmuebles. Quedan excluidas aquellas actividades que afecten el turismo por razones de seguridad, higiene”

“Ley de turismo

Capítulo VIII

De los comités de turismo”

“**Art. 38.-** El Ministerio de Turismo coordinará con las autoridades locales o seccionales la conformación de comités de turismo en los sitios que considere necesario, estos comités estarán integrados por los sectores público y privado y tendrán las siguientes facultades:

- a) Recibir delegación del Ministerio de Turismo;
- b) Realizar ante el Ministerio de Turismo u otras autoridades las acciones necesarias para el buen resultado de su delegación ”

“Ley de turismo

Capítulo IX

Patrimonio autónomo”

“**Art. 39.-** El ministerio rector de la política turística determinará y regulará a través de Acuerdo Ministerial los siguientes recursos:

- a) Tarifas y contribuciones que se creen para fomentar el turismo;
- b) La contribución del uno por mil sobre el valor de los activos fijos que deberán pagar anualmente todos los establecimientos prestadores de servicios al turismo, conforme se disponga en el Reglamento a esta Ley;

“Ley de turismo

Capítulo X

Protección al consumidor de servicios turísticos”

“Art. 42.- Corresponde al Ministerio de Turismo la defensa de los derechos del usuario de servicios turísticos en los términos que señala la Constitución Política, la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y esta Ley.”

“Art. 43.- De conformidad con el artículo 23 numeral 3 de la Constitución Política, se prohíbe toda discriminación a los extranjeros o a cualquier otros grupos humanos en las actividades turísticas, especialmente en lo que concierne a tarifas y tasas por cualquier servicio turístico.”

“Art. 46.- Los usuarios de servicios de turismo podrán reclamar sus derechos y presentar sus quejas al Centro de Protección del Turista. Este Centro tendrá interconexión inmediata con la Policía Nacional, Defensoría del Pueblo, municipalidades, centros de Información Turística y embajadas acreditadas en el Ecuador que manifiesten interés de interconexión. A través de este Centro de Protección al turista, se buscará la solución directa de los conflictos.”

“Art. 47.- En caso de no resolverse los conflictos mediante la acción directa del Centro de Protección al Turista, el interesado podrá acceder a los centros de Mediación y Arbitraje que celebre convenios con el Ministerio de Turismo, para con sujeción en la Ley de Arbitraje y Mediación, intervenir en esta materia; o podrá acudir a la justicia ordinaria.”

“Constitución de la República del Ecuador

Título II derechos

Capítulo primero

Principios de aplicación de los derechos”

“**Art. 10.-** Las personas, comunidades, pueblos, nacionalidades y colectivos son titulares y gozarán de los derechos garantizados en la Constitución y en los instrumentos internacionales. La naturaleza será sujeto de aquellos derechos que le reconozca la Constitución.”

“**Art. 11.-** El ejercicio de los derechos se regirá por los siguientes principios:

1. Los derechos se podrán ejercer, promover y exigir de forma individual o colectiva ante las autoridades competentes; estas autoridades garantizarán su cumplimiento.
2. Todas las personas son iguales y gozaran de los mismos derechos, deberes y oportunidades. Nadie podrá ser discriminado por razones de etnia, lugar de nacimiento, edad, sexo, identidad de género, identidad cultural, estado civil, idioma, religión, ideología, filiación política, pasado judicial, condición socio-económica, condición migratoria, orientación sexual, estado de salud, portar VIH, discapacidad, diferencia física; ni por cualquier otra distinción, personal o colectiva, temporal o permanente, que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos. La ley sancionará toda forma de discriminación. El Estado adoptará medidas de acción afirmativa que promuevan la igualdad real en favor de los titulares de derechos que se encuentren en situación de desigualdad ”.

“Constitución de la República del Ecuador

Capítulo segundo derechos del buen vivir

Sección cuarta

Cultura y ciencia”

“**Art. 21.-** Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas. No se podrá invocar la cultura cuando se atente contra los derechos reconocidos en la Constitución. ”

“**Art. 22.-** Las personas tienen derecho a desarrollar su capacidad creativa, al ejercicio digno y sostenido de las actividades culturales y artísticas, y a beneficiarse de la protección de los derechos morales y patrimoniales que les correspondan por las producciones científicas, literarias o artísticas de su autoría.”

“**Art. 23.-** Las personas tienen derecho a acceder y participar del espacio público como ámbito de deliberación, intercambio cultural, cohesión social y promoción de la igualdad en la diversidad. El derecho a difundir en el espacio público las propias expresiones culturales se ejercerá sin más limitaciones que las que establezca la ley, con sujeción a los principios constitucionales.”

“**Art. 24.-** Las personas tienen derecho a la recreación y al esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre. **Art. 25.-** Las personas tienen derecho a gozar de los beneficios y aplicaciones del progreso científico y de los saberes ancestrales.”

“Constitución de la República del Ecuador

Capítulo cuarto

Derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades”

“Art. 56.- Las comunidades, pueblos, y nacionalidades indígenas, el pueblo afroecuatoriano, el pueblo montubio y las comunas forman parte del Estado ecuatoriano, único e indivisible.”

“Art. 57.- Se reconoce y garantizará a las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, de conformidad con la Constitución y con los pactos, convenios, declaraciones y demás instrumentos internacionales de derechos humanos, los siguientes derechos colectivos:

1. Mantener, desarrollar y fortalecer libremente su identidad, sentido de pertenencia, tradiciones ancestrales y formas de organización social.
2. No ser objeto de racismo y de ninguna forma de discriminación fundada en su origen, identidad étnica o cultural.
3. El reconocimiento, reparación y resarcimiento a las colectividades afectadas por racismo, xenofobia y otras formas conexas de intolerancia y discriminación.
4. Conservar la propiedad imprescriptible de sus tierras comunitarias, que serán inalienables, inembargables e indivisibles. Estas tierras estarán exentas del pago de tasas e impuestos.

5. Mantener la posesión de las tierras y territorios ancestrales y obtener su adjudicación gratuita.

6. Participar en el uso, usufructo, administración y conservación de los recursos naturales renovables que se hallen en sus tierras.

7. La consulta previa, libre e informada, dentro de un plazo razonable, sobre planes y programas de prospección, explotación y comercialización de recursos no renovables que se encuentren en sus tierras y que puedan afectarles ambiental o culturalmente; participar en los beneficios que esos proyectos reporten y recibir indemnizaciones por los perjuicios sociales, culturales y ambientales que les causen. La consulta que deban realizar las autoridades competentes será obligatoria y oportuna. Si no se obtuviese el consentimiento de la comunidad consultada, se procederá conforme a la Constitución y la ley.

8. Conservar y promover sus prácticas de manejo de la biodiversidad y de su entorno natural. El Estado establecerá y ejecutará programas, con la participación de la comunidad, para asegurar la conservación y utilización sustentable de la biodiversidad.

9. Conservar y desarrollar sus propias formas de convivencia y organización social, y de generación y ejercicio de la autoridad, en sus territorios legalmente reconocidos y tierras comunitarias de posesión ancestral.

10. Crear, desarrollar, aplicar y practicar su derecho propio o consuetudinario, que no podrá vulnerar derechos constitucionales, en particular de las mujeres, niñas, niños y adolescentes.”

“Art. 58.- Para fortalecer su identidad, cultura, tradiciones y derechos, se reconocen al pueblo afroecuatoriano los derechos colectivos establecidos en la Constitución, la ley y los pactos, convenios, declaraciones y demás instrumentos internacionales de derechos humanos.”

“Art. 59.- Se reconocen los derechos colectivos de los pueblos montubios para garantizar su proceso de desarrollo humano integral, sustentable y sostenible, las políticas y estrategias para su progreso y sus formas de administración asociativa, a partir del conocimiento de su realidad y el respeto a su cultura, identidad y visión propia, de acuerdo con la ley.”

“Art. 60.- Los pueblos ancestrales, indígenas, afroecuatorianos y montubios podrán constituir circunscripciones territoriales para la preservación de su cultura. La ley regulará su conformación. Se reconoce a las comunas que tienen propiedad colectiva de la tierra, como una forma ancestral de organización territorial.”

“Constitución de la República del Ecuador

Capítulo séptimo

Derechos de la naturaleza”

“Art. 71.- La naturaleza o Pacha Mama, donde se reproduce y realiza la vida, tiene derecho a que se respete integralmente su existencia y el mantenimiento y regeneración de sus ciclos vitales, estructura, funciones y procesos evolutivos. Toda persona, comunidad, pueblo o nacionalidad podrá exigir a la autoridad pública el

cumplimiento de los derechos de la naturaleza. Para aplicar e interpretar estos derechos se observaran los principios establecidos en la Constitución, en lo que proceda. El Estado incentivará a las personas naturales y jurídicas, y a los colectivos, para que protejan la naturaleza, y promoverá el respeto a todos los elementos que forman un ecosistema.”

“**Art. 72.-** La naturaleza tiene derecho a la restauración. Esta restauración será independiente de la obligación que tienen el Estado y las personas naturales o jurídicas de Indemnizar a los individuos y colectivos que dependan de los sistemas naturales afectados. En los casos de impacto ambiental grave o permanente, incluidos los ocasionados por la explotación de los recursos naturales no renovables, el Estado establecerá los mecanismos más eficaces para alcanzar la restauración, y adoptará las medidas adecuadas para eliminar o mitigar las consecuencias ambientales nocivas.”

“**Art. 73.-** El Estado aplicará medidas de precaución y restricción para las actividades que puedan conducir a la extinción de especies, la destrucción de ecosistemas o la alteración permanente de los ciclos naturales. Se prohíbe la introducción de organismos y material orgánico e inorgánico que puedan alterar de manera definitiva el patrimonio genético nacional.”

“Constitución de la República del Ecuador

Título VII

Régimen del buen vivir

Capítulo primero

Inclusión y equidad

Sección sexta cultura física y tiempo libre”

“**Art. 381.-** El Estado protegerá, promoverá y coordinará la cultura física que comprende el deporte, la educación física y la recreación, como actividades que contribuyen a la salud, formación y desarrollo integral de las personas; impulsará el acceso masivo al deporte y a las actividades deportivas a nivel formativo, barrial y parroquial; auspiciará la preparación y participación de los deportistas en competencias nacionales e internacionales, que incluyen los Juegos Olímpicos y Paraolímpicos; y fomentará la participación de las personas con discapacidad. El Estado garantizará los recursos y la infraestructura necesaria para estas actividades. Los recursos se sujetarán al control estatal, rendición de cuentas y deberán distribuirse de forma equitativa.”

“**Art. 382.-** Se reconoce la autonomía de las organizaciones deportivas y de la administración de los escenarios deportivos y demás instalaciones destinadas a la práctica del deporte, de acuerdo con la ley.”

“**Art. 383.-** Se garantiza el derecho de las personas y las colectividades al tiempo libre, la ampliación de las condiciones físicas, sociales y ambientales para su disfrute, y la promoción de actividades para el esparcimiento, descanso y desarrollo de la personalidad.”

“Constitución de la República del Ecuador

Título VII

Régimen del buen vivir

Capítulo primero inclusión y equidad

Sección séptima comunicación social”

“**Art. 384.-** El sistema de comunicación social asegurará el ejercicio de los derechos de la comunicación, la información y la libertad de expresión, y fortalecerá la participación ciudadana. El sistema se conformará por las instituciones y actores de carácter público, las políticas y la normativa; y los actores privados, ciudadanos y comunitarios que se integren voluntariamente a él.”

“Constitución de la República del Ecuador

Título VII

Régimen del buen vivir

Sección duodécima

Transporte”

“**Art. 394.-** El Estado garantizará la libertad de transporte terrestre, aéreo, marítimo y fluvial dentro del territorio nacional, sin privilegios de ninguna naturaleza. La promoción del transporte público masivo y la adopción de una política de tarifas diferenciadas de transporte serán prioritarias. El Estado regulará el transporte terrestre, aéreo y acuático y las actividades aeroportuarias y portuarias.”

“Constitución de la República del Ecuador

Capítulo segundo

Biodiversidad y recursos naturales

Sección primera naturaleza y ambiente”

“Art. 395.- La Constitución reconoce los siguientes principios ambientales:

1. El Estado garantizará un modelo sustentable de desarrollo, ambientalmente equilibrado y respetuoso de la diversidad cultural, que conserve la biodiversidad y la capacidad de regeneración natural de los ecosistemas, y asegure la satisfacción de las necesidades de las generaciones presentes y futuras.
2. Las políticas de gestión ambiental se aplicarán de manera transversal y serán de obligatorio cumplimiento por parte del Estado en todos sus niveles y por todas las personas naturales o jurídicas en el territorio nacional.
3. El Estado garantizará la participación activa y permanente de las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades afectadas, en la planificación, ejecución y control de toda actividad que genere impactos ambientales.
4. En caso de duda sobre el alcance de las disposiciones legales en materia ambiental, éstas se aplicarán en el sentido más favorable a la protección de la naturaleza.”

“Art. 396.- El Estado adoptará las políticas y medidas oportunas que eviten los impactos ambientales negativos, cuando exista certidumbre de daño. En caso de duda

sobre el impacto ambiental de alguna acción u omisión, aunque no exista evidencia científica del daño, el Estado adoptará medidas protectoras eficaces y oportunas. La responsabilidad por daños ambientales es objetiva. Todo daño al ambiente, además de las sanciones correspondientes, implicará también la obligación de restaurar integralmente los ecosistemas e indemnizar a las personas y comunidades afectadas. Cada uno de los actores de los procesos de producción, distribución, comercialización y uso de bienes o servicios asumirá la responsabilidad directa de prevenir cualquier impacto ambiental, de mitigar y reparar los daños que ha causado, y de mantener un sistema de control ambiental permanente. Las acciones legales para perseguir y sancionar por daños ambientales serán imprescriptibles.”

“**Art. 397.-** En caso de daños ambientales el Estado actuará de manera inmediata y subsidiaria para garantizar la salud y la restauración de los ecosistemas. Además de la sanción correspondiente, el Estado repetirá contra el operador de la actividad que produjera el daño las obligaciones que conlleve la reparación integral, en las condiciones y con los procedimientos que la ley establezca. La responsabilidad también recaerá sobre las servidoras o servidores responsables de realizar el control ambiental. Para garantizar el derecho individual y colectivo a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, el Estado se compromete a:

1. Permitir a cualquier persona natural o jurídica, colectividad o grupo humano, ejercer las acciones legales y acudir a los órganos judiciales y administrativos, sin perjuicio de su interés directo, para obtener de ellos la tutela efectiva en materia ambiental, incluyendo la posibilidad de solicitar medidas cautelares que permitan cesar la amenaza o el daño ambiental materia de litigio. La carga de la prueba sobre la

inexistencia de daño potencial o real recaerá sobre el gestor de la actividad o el demandado.

2. Establecer mecanismos efectivos de prevención y control de la contaminación ambiental, de recuperación de espacios naturales degradados y de manejo sustentable de los recursos naturales.

“Art. 398.- Toda decisión o autorización estatal que pueda afectar al ambiente deberá ser consultada a la comunidad, a la cual se informará amplia y oportunamente. El sujeto consultante será el Estado. La ley regulará la consulta previa, la participación ciudadana, los plazos, el sujeto consultado y los criterios de valoración y de objeción sobre la actividad sometida a consulta. El Estado valorará la opinión de la comunidad según los criterios establecidos en la ley y los instrumentos internacionales de derechos humanos. Si del referido proceso de consulta resulta una oposición mayoritaria de la comunidad respectiva, la decisión de ejecutar o no el proyecto será adoptada por resolución debidamente motivada de la instancia administrativa superior correspondiente de acuerdo con la ley.”

“Art. 399.- El ejercicio integral de la tutela estatal sobre el ambiente y la corresponsabilidad de la ciudadanía en su preservación, se articulará a través de un sistema nacional descentralizado de gestión ambiental, que tendrá a su cargo la defensoría del ambiente y la naturaleza.”

“Sección segunda biodiversidad”

“Art. 400.- El Estado ejercerá la soberanía sobre la biodiversidad, cuya administración y gestión se realizará con responsabilidad intergeneracional. Se declara de interés

público la conservación de la biodiversidad y todos sus componentes, en particular la biodiversidad agrícola y silvestre y el patrimonio genético del país.”

“**Art. 401.-** Se declara al Ecuador libre de cultivos y semillas transgénicas. Excepcionalmente, y sólo en caso de interés nacional debidamente fundamentado por la Presidencia de la República y aprobado por la Asamblea Nacional, se podrán introducir semillas y cultivos genéticamente modificados. El Estado regulará bajo estrictas normas de bioseguridad, el uso y el desarrollo de la biotecnología moderna y sus productos, así como su experimentación, uso y comercialización. Se prohíbe la aplicación de biotecnologías riesgosas o experimentales.”

“**Art. 402.-** Se prohíbe el otorgamiento de derechos, incluidos los de propiedad intelectual, sobre productos derivados o sintetizados, obtenidos a partir del conocimiento colectivo asociado a la biodiversidad nacional.”

“**Art. 404.-** El patrimonio natural del Ecuador único e invaluable comprende, entre otras, las formaciones físicas, biológicas y geológicas cuyo valor desde el punto de vista ambiental, científico, cultural o paisajístico exige su protección, conservación, recuperación y promoción. Su gestión se sujetará a los principios y garantías consagrados en la Constitución y se llevará a cabo de acuerdo al ordenamiento territorial y una zonificación ecológica, de acuerdo con la ley.”

“**Art. 405.-** El sistema nacional de áreas protegidas garantizará la conservación de la biodiversidad y el mantenimiento de las funciones ecológicas. El sistema se integrará por los subsistemas estatal, autónomo descentralizado, comunitario y privado, y su rectoría y regulación será ejercida por el Estado. El Estado asignará los recursos

económicos necesarios para la sostenibilidad financiera del sistema, y fomentará la participación de las comunidades, pueblos y nacionalidades que han habitado ancestralmente las áreas protegidas en su administración y gestión. Las personas naturales o jurídicas extranjeras no podrán adquirir a ningún título tierras o concesiones en las áreas de seguridad nacional ni en áreas protegidas, de acuerdo con la ley.”

“**Art. 406.-** El Estado regulará la conservación, manejo y uso sustentable, recuperación, y limitaciones de dominio de los ecosistemas frágiles y amenazados; entre otros, los páramos, humedales, bosques nublados, bosques tropicales secos y húmedos y manglares, ecosistemas marinos y marinos-costeros.”

“**Constitución de la República del Ecuador**

Capítulo segundo biodiversidad y recursos naturales

Sección cuarta recursos naturales”

“**Art. 408.-** Son de propiedad inalienable, imprescriptible e inembargable del Estado los recursos naturales no renovables y, en general, los productos del subsuelo, yacimientos minerales y de hidrocarburos, substancias cuya naturaleza sea distinta de la del suelo, incluso los que se encuentren en las áreas cubiertas por las aguas del mar territorial y las zonas marítimas; así como la biodiversidad y su patrimonio genético y el espectro radioeléctrico. Estos bienes sólo podrán ser explotados en estricto cumplimiento de los principios ambientales establecidos en la Constitución. El Estado participará en los beneficios del aprovechamiento de estos recursos, en un monto que no será inferior a los de la empresa que los explota.”

“Plan del buen vivir

Objetivo 4

Garantizar los derechos de la naturaleza y promover un ambiente sano y sustentable”

“Política 4.1. Conservar y manejar sustentablemente el patrimonio natural y su biodiversidad terrestre y marina, considerada como sector estratégico.”

“Política 4.4. Prevenir, controlar y mitigar la contaminación ambiental como aporte para el mejoramiento de la calidad de vida.”

“Objetivo 7

Construir y fortalecer espacios públicos interculturales y de encuentro común”

“Política 7.5. Impulsar el fortalecimiento y apertura de espacios públicos permanentes de intercambio entre grupos diversos que promuevan la interculturalidad, el reconocimiento mutuo y la valorización de todas las expresiones colectivas.”

“Política 7.6. Garantizar a la población el ejercicio del derecho a la comunicación libre, intercultural, incluyente, responsable, diversa y participativa.”

2.4. Definición de términos

Ocio

Sue (1982), define al ocio como un tiempo para realizar actividades placenteras, la cual está relacionada con lo económico ya que si se tiene un tiempo libre se van a generar gastos.

Turismo

Beltrami (2010), define el turismo como un fenómeno cultural, social y económico en la cual las personas se trasladan de su lugar habitual hacia otro destino desconocido con el fin de realizar actividades fuera de las habituales.

Tiempo libre

Mosti (2010), el tiempo libre es disfrutar de alguna actividad ya sea física o mental, pero sin realizar actividades laborales que interrumpan ese tiempo de distracción.

Demanda turística

Song y Witt (2009), indican que la demanda turística es la cantidad de bienes o servicios turísticos que se desea brindar con el objetivo de obtener una frecuente afluencia de turistas, esto también depende de la calidad de los servicios ofrecidos.

Perfil del turista

Se recopilan datos referentes a los visitantes para su caracterización en cada uno de los servicios ofrecidos estos datos son de acuerdo s su nacionalidad, genero, sexo, escolaridad, nivel socioeconómico, etc.

Fuente: Perfil del turista extranjero (2010) Prom Perú.

Demografía

La demografía es la caracterización y análisis de las personas por medio de estadísticas, las cuales dan un resultado de diferenciación en cada persona siendo un factor importante al momento de determinar una demanda en cualquier lugar.

Fuente: Perfil del turista extranjero (2010) Prom Perú.

Psicografía

Son análisis de estudios de comportamiento en las cuales se encuentran las actividades, intereses y opiniones; el perfil psicográfico describe el comportamiento de un individuo frente al medio ambiente que lo rodea.

Fuente: Perfil del turista extranjero (2010) Prom Perú.

Satisfacción turística

Mata (2012), la satisfacción es el sentimiento que surge junto a las expectativas de cada persona con el propósito de sentirse a gusto con uno mismo al momento de realizar alguna actividad.

Motivación turística

El la razón principal para el traslado hacia un destino ya establecido con el fin de realizar alguna actividad satisfactoria en las cuales se encuentran las siguiente: vacaciones, visitas familiares, de negocio, etc.

Fuente: Perfil del turista extranjero (2010) Prom Perú.

Turista

Es una persona que se traslada de su lugar de origen hacia otro punto geográfico con el fin de realizar actividades diferentes a las de su entorno.

Fuente: Perfil del turista extranjero (2010) Prom Perú.

Gasto del turista

Es el gasto que realiza el visitante durante su desplazamiento y estadía en un destino turístico, estos valores se los toma en cuenta al momento de realizar compras en el ámbito turístico ya sea en artesanías o recuerdos, como también en la adquisición de servicios turísticos.

Fuente: Perfil del turista extranjero (2010) Prom Perú.

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA

3.1. Métodos de investigación

- **Método deductivo - inductivo (mixto):** Este método se utilizó para obtener una medición de acuerdo los resultados cualitativos y cuantitativos que se obtuvieron en la investigación, realizando encuestas y entrevistas, como también usando la recolección de información del lugar a investigar para ver las ventajas y desventajas con las que cuenta el sitio.
- **Método analítico:** se realizó un estudio del perfil del visitante en el cual se determinó mediante características físicas, opiniones y el tiempo de ocio de los visitantes hacia la Comunidad 23 de Noviembre.
- **Método empírico:** este método es el más importante porque se usó la observación para determinar la afluencia y la clase de visitantes que asiste a la Comunidad 23 de Noviembre.
- **Método exploratorio:** en este método se estudió la Comunidad 23 de Noviembre para medir sus deficiencias en cuanto a la atención de los visitantes ya que esto influye mucho en la recurrencia de los turistas nacionales.

3.2. Técnicas y herramientas

- **Observación:** se utilizó la observación para realizar un análisis general del problema en la comunidad 23 de Noviembre y así tener una perspectiva más amplia sobre la problemática.
- **Entrevistas:** se realizó las entrevistas para recopilar información que ayudan a determinar de mejor manera este proyecto de acuerdo a los objetivos específicos planteados.
- **Encuestas:** las encuestas sirven para dar un enfoque general para determinar la clase de turista que se acogerá en el estudio investigativo.
- **Triangulación de los resultados:** esta triangulación sirvió para medir los diferentes datos obtenidos en la visita al lugar y poder plantear la propuesta.

3.3. Tipo de investigación

- **Bibliográfica:** es bibliográfica porque se utilizó información obtenida de revistas, libros, proyecto, etc., la cual será utilizada en el trabajo de investigación.
- **De campo:** es de campo porque se visitó el lugar de la investigación para tener en cuenta la afluencia de visitantes y la clase de turista que llega al lugar.
- **Descriptiva:** es descriptiva porque se identificó el perfil demográfico del visitante como las ventajas con la que cuenta la comunidad 23 de Noviembre.

- **Analítica:** aquí se determina los resultados obtenidos con el propósito de llegar a la conclusión de la investigación.

3.4. Software a utilizar

Word, Excel.

3.5. Población y muestra

Universo:

Comunidad 23 de Noviembre, Cantón Naranjal, Provincia del Guayas.

Población:

Según Morles (1994, p. 54), afirma que la población o el universo se usa para validar las conclusiones obtenidas ya sean personas, instituciones o cosas.

La Sra. Marcia Gutiérrez (2015), custodia los registros de visita de la Comunidad 23 de Noviembre la cual indica que cuenta con una visita de 800 turistas en el mes aproximadamente.

Formula finita

$$n = \frac{N p q}{\frac{(n-1) e^2}{z^2} + p q}$$

$$n = \frac{800 (0,80)(0,20)}{\frac{(800-1) (0,05)^2}{(1,96)^2} + (0,80)(0,20)}$$

$$n = \frac{800 (0,16)}{\frac{(799) (0,0025)}{3,8416} + (0,16)}$$

$$n = \frac{128}{\frac{1,9975}{3,8416} + (0,16)}$$

$$n = \frac{128}{0,6799} = 188$$

El tamaño de la muestra es de: 188

Tipo de muestra

Formula finita

n = Tamaño de muestra.

N = Tamaño de la población.

z= Nivel de confianza para el 95%, donde $z = 1,96$.

p = Posibilidad de ocurrencia de un evento equivale a positivo.

q = Posibilidad de no ocurrencia de un evento equivale a negativo.

e = Error máximo admisible, equivalente al 5% donde $e = 0,05$.

3.6. Muestra

La investigación se centra en la determinación del perfil demográfico y psicográfico del visitante de la Comunidad 23 de Noviembre en el Cantón Naranjal, Provincia del Guayas, esto ayuda a tener una visión más amplia sobre el propósito de este estudio.

3.7. Técnicas utilizadas en la investigación

Las técnicas que hemos utilizado para la ejecución de este proyecto fueron las encuestas que sirvieron para determinar nuestros objetivos junto con las entrevistas que fueron muy fundamentales en esta investigación para obtener los resultados deseados, por otro lado la observación ayudó a tener una perspectiva más clara al momento de realizar este estudio.

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

4.1. Análisis de la observación

En el siguiente registro de observación que se realizó en la Comunidad 23 de Noviembre, Cantón Naranjal se puede evidenciar lo siguiente:

4.1.1 Seguridad y servicios básicos

En la comunidad se pudo observar la seguridad con la que cuenta el sitio por tener un atractivo turístico y por contar con la visita de personas cada día, es por eso que se tiene un resguardo policial para brindar ayuda en cualquier momento, con respecto a los servicios básicos cuentan con lo principal pero sería muy factible que se mejore la infraestructura en el lugar, por otra parte con respecto a salud no se cuenta con un lugar de primeros auxilios para cualquier emergencia.

Ilustración 2: Seguridad y servicios básicos



Fuente: tomadas por el autor

4.1.2. Señalización del atractivo turístico dentro de la Comunidad 23 de Noviembre

La señalización dentro de la comunidad es importante, esto ayuda a la orientación de los visitantes al momento de establecer contacto con la naturaleza del algún atractivo turístico, es muy necesario que los visitantes se den cuenta en donde se encuentran ubicados esta ayuda a que tengan referencia del lugar de visita y posteriormente traigan a más personas dando como referencia la ubicación exacta del atractivo turístico.

Ilustración 3: Señalética del atractivo turístico



Fuente: tomadas por el autor

4.1.3. Atractivo turístico

El lugar de investigación cuenta con un atractivo muy importante como son las 7 Cascadas del Hayas, este atractivo le da un plus a la comunidad por lo que es muy importante el planteamiento de nuestra propuesta con el fin de generar más visitas al lugar.

Ilustración 4: Atractivo turístico



Fuente: tomadas por el autor

4.1.4. Actividades turísticas

En este lugar se pueden realizar lo que es caminata para ver la flora y fauna existente en la zona; además una vez que se llega a las cascadas se puede realizar el turismo de aventura la cual consiste en realizar el ascenso y descenso de las cascadas, por este motivo es que la zona cuenta con una afluencia de visitantes.

Ilustración 5: Actividades turísticas



Fuente: tomadas por el autor

Otra de las actividades que se pueden realizar en la Comunidad 23 de Noviembre es el camping, lo cual toma alrededor de 20 minutos de caminata desde la comunidad hacia la cima del mirador del tigre denominado con este nombre por el Sr. Miguel Tigre presidente de la comunidad.

Ilustración 6: Actividades recreativas



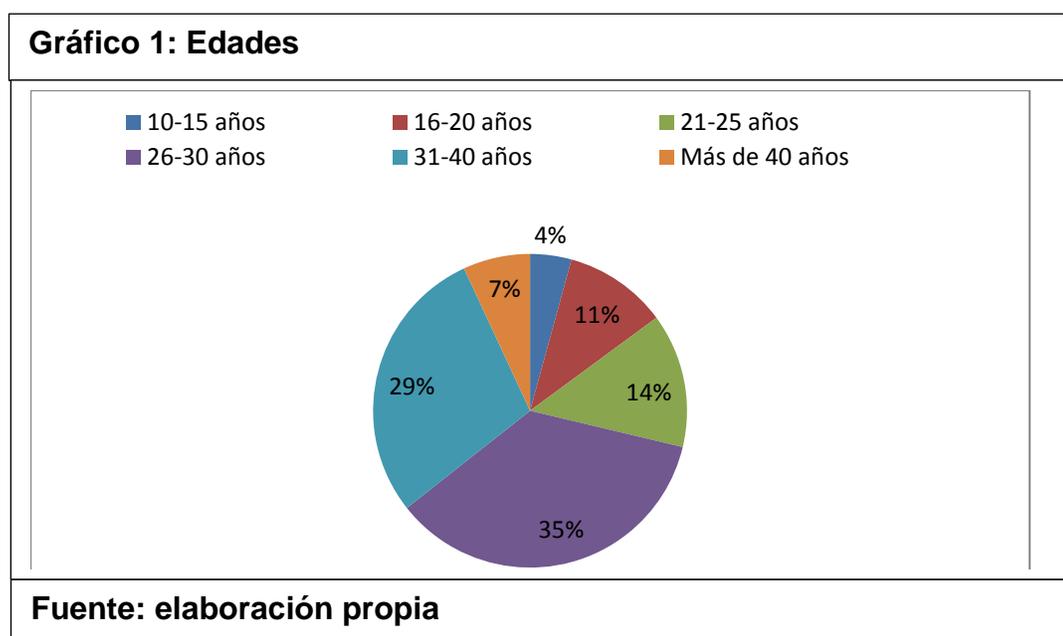
Fuente: tomadas por el autor

4.2. Análisis de las encuestas realizadas a los visitantes de la Comunidad 23 de Noviembre

Tabla 1: Edades

EDAD	N° ENCUESTADO	PORCENTAJE
10-15 años	8	4%
16-20 años	20	11%
21-25 años	26	14%
26-30 años	67	35%
31-40 años	54	29%
Más de 40 años	13	7%
Total	188	100%

Fuente: elaboración propia



Análisis

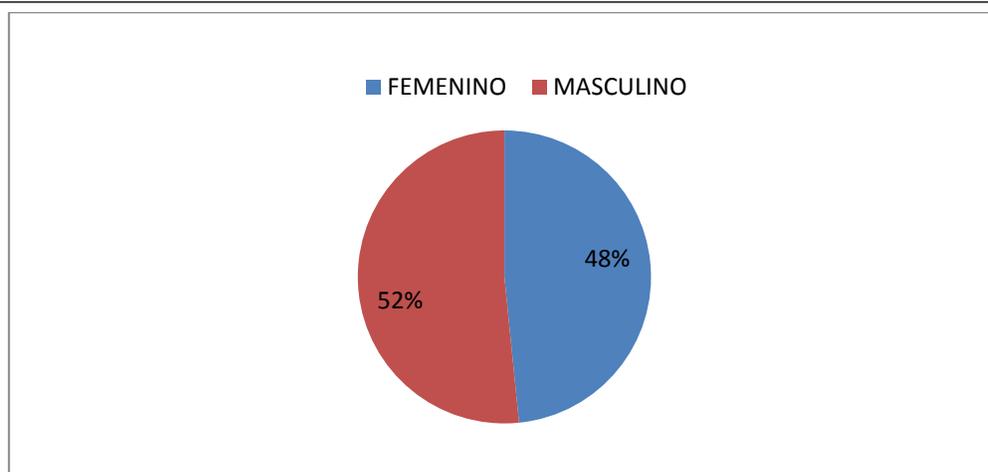
En el presente gráfico se describen las diferentes edades de los turistas que visitan la Comunidad 23 de Noviembre, con el fin de realizar actividades turísticas y de recreación familiar.

Tabla 2: Sexo

SEXO	N° DE ESCUESTADO	PORCENTAJE
Femenino	91	48%
Masculino	97	52%
Total	188	100%

Fuente: elaboración propia

Gráfico 2: Sexo



Fuente: elaboración propia

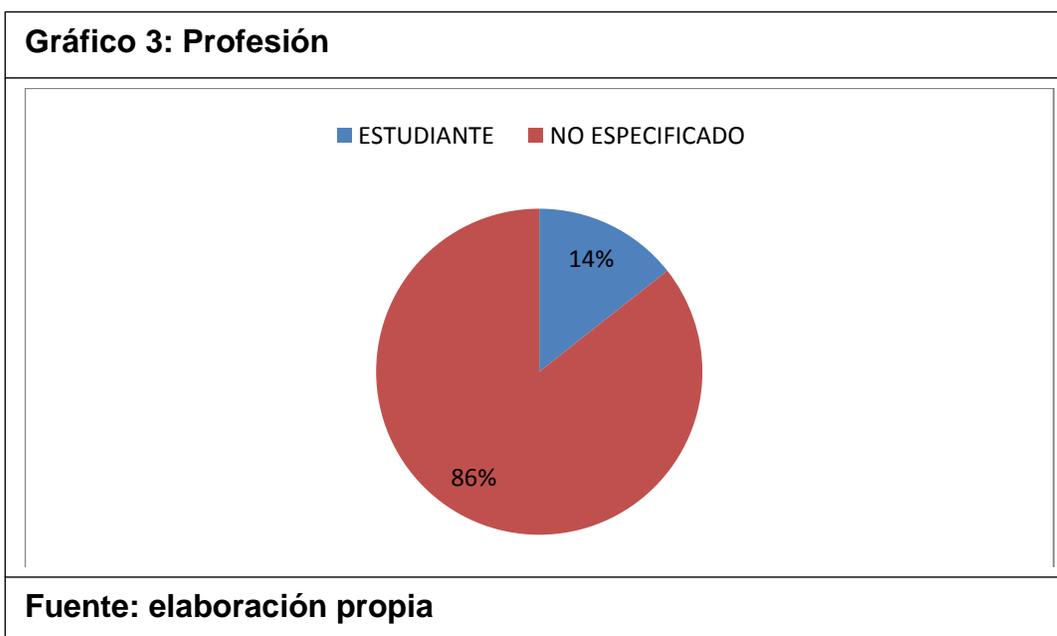
Análisis

En este gráfico se describe el tipo de sexo que más presencia tiene el lugar de investigación, la cual se determinó que el 52 % de los visitantes encuestados pertenecen al sexo masculino mientras que el 48 % pertenecen al femenino.

Tabla 3: Profesión

PROFESIÓN	N° ENCUESTADO	PORCENTAJE
Estudiante	27	14%
No especificado	161	86%
Total	188	100%

Fuente: Elaboración propia



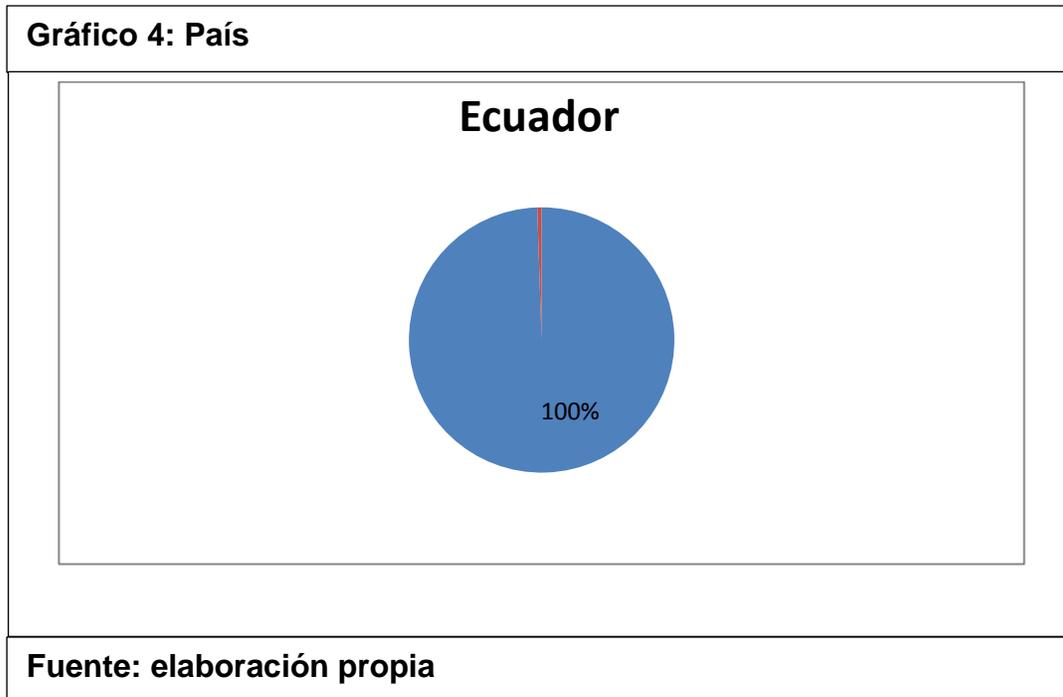
Análisis

La gráfica indica los porcentajes de acuerdo a la pregunta establecida la cual es el tipo de profesión, solo un 14% de los encuestados especificaron que eran estudiantes el resto de encuestados no especificaron su profesión.

Tabla 4: País

PAIS	N° ENCUESTADO	PORCENTAJE
Ecuador	188	100%

Fuente: Elaboración propia



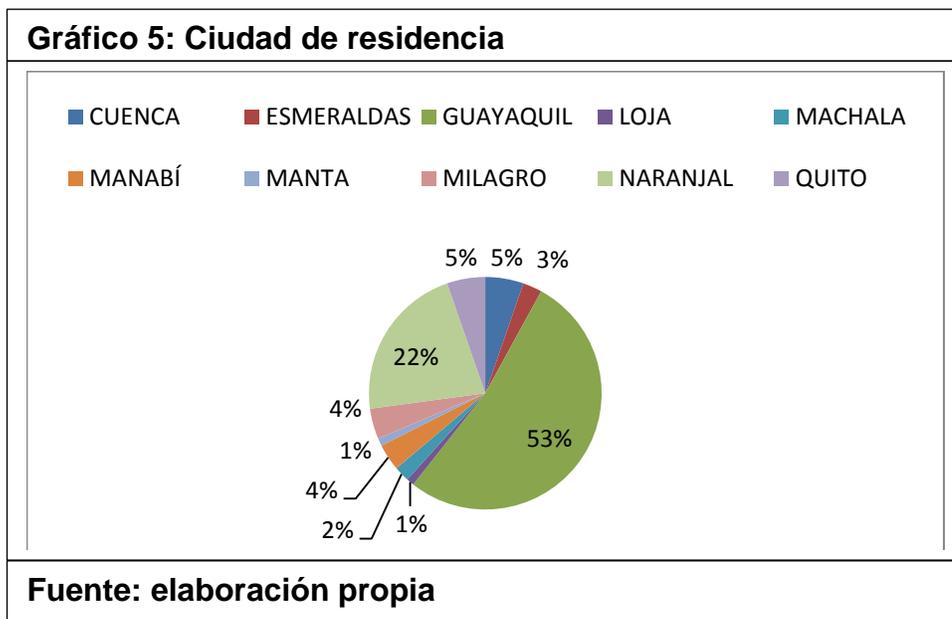
Análisis

Los resultados obtenidos de acuerdo el país de origen se obtuvo que el 100 % de los visitantes encuestados en la comunidad son de nacionalidad ecuatoriana.

Tabla 5: Ciudad de residencia

CIUDAD DE RESIDENCIA	N° ENCUESTADO	PORCENTAJE
Cuenca	10	5%
Esmeraldas	5	3%
Guayaquil	99	53%
Loja	2	1%
Machala	4	2%
Manabí	7	4%
Manta	2	1%
Milagro	8	4%
Naranjal	41	22%
Quito	10	5%

Fuente: elaboración propia



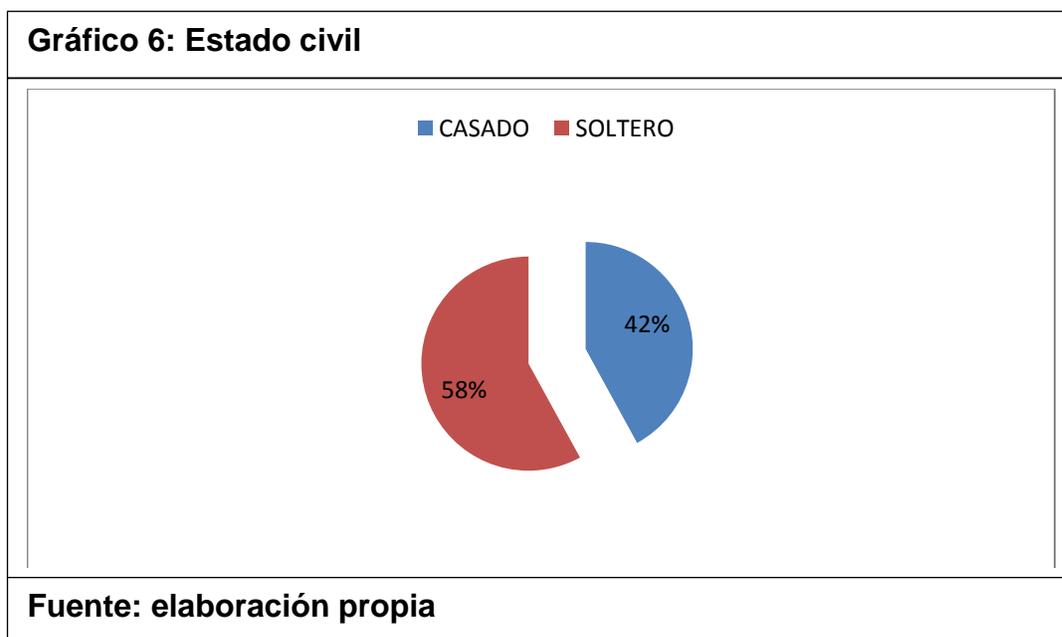
Análisis

En esta gráfica se puede observar la ciudad de residencia del visitante y se pudo establecer que la mayor parte de los visitantes son de Guayaquil con un 53% y Naranjal con un 22%, el resto de los valores se los divide entre las ciudades de Cuenca, Esmeraldas, Manta, Loja, Milagro Machala, Manabí y Quito.

Tabla 6: Estado civil

ESTADO CIVIL	N° ENCUESTADO	PORCENTAJE
Casado	79	42%
Soltero	109	58%
Total	188	100%

Fuente: elaboración propia



Análisis

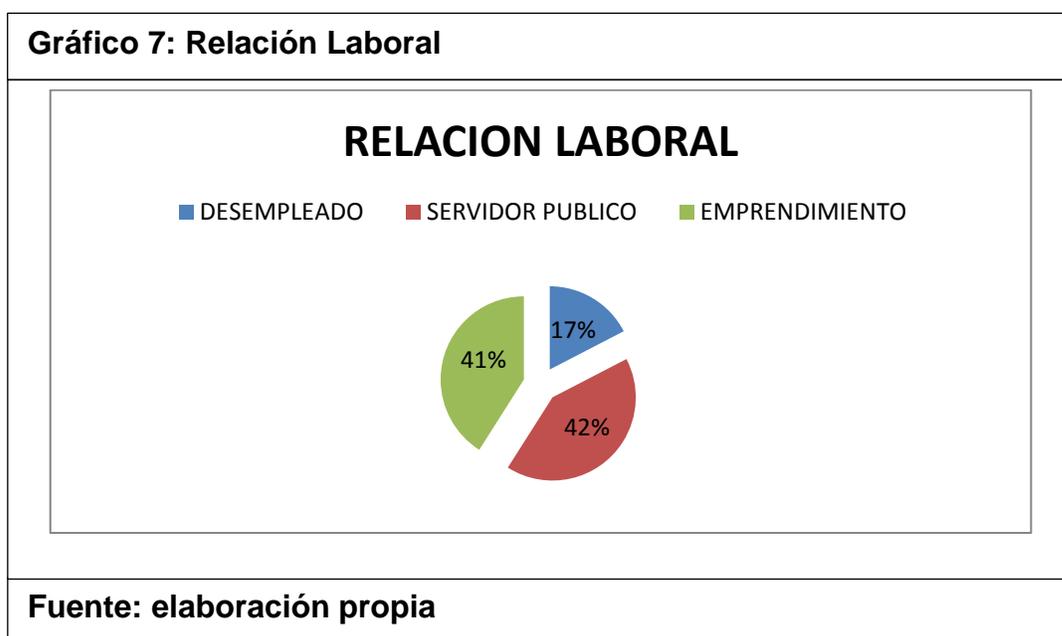
De acuerdo al estado civil de los turistas se obtuvo que el 42% de los encuestados son solteros, mientras que el 58% son casados. Ambos buscan realizar actividades turísticas en la Comunidad 23 de Noviembre.

Tabla 7: Relación laboral

RELACION LABORAL	N° ENCUESTADO	PORCENTAJE
Desempleado	28	17%
Servidor publico	67	42%
Emprendimiento	66	41%
Total	161	100%

Fuente: elaboración propia

Gráfico 7: Relación Laboral



Análisis

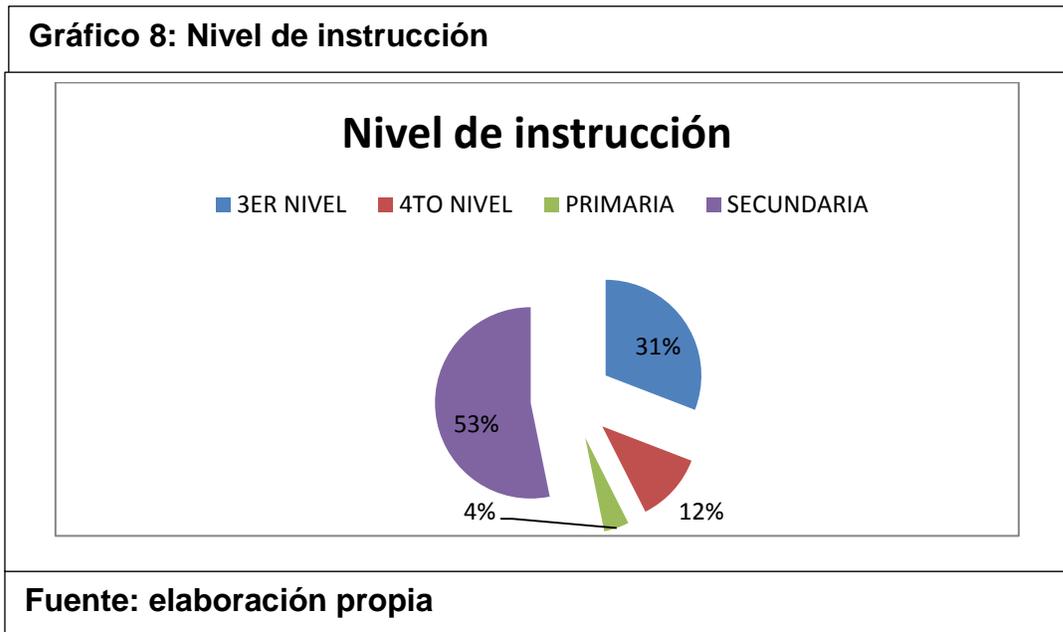
En la siguiente grafica podemos observar que el 42% de los visitantes se encuentran laborando en diferentes empresas, mientras que el 41% cuenta con trabajo propio ya sea en empresas o emprendimientos, y por ultimo podemos evidenciar que el 17% de los visitantes se encuentra desempleado.

Tabla 8: Nivel de instrucción

NIVEL DE INSTRUCCIÓN	N° ENCUESTADO	PORCENTAJE
Primaria	8	4%
Secundaria	100	53%
3er Nivel	58	31%
4to Nivel	22	12%
Total	188	100%

Fuente: elaboración propia

Gráfico 8: Nivel de instrucción



Análisis

De acuerdo al nivel de instrucción contamos que el 53% pertenece a nivel de secundaria, el 31% representa al 3er nivel de educación y los valores del 4% y 12% representan a los niveles de primaria y 4to nivel.

Tabla 9: Ingresos económicos

INGRESOS ECONÓMICOS	N° ENCUESTADO	PORCENTAJE
1-3 salarios	146	91%
3-6- salarios	15	9%
6-10 salarios	0	0%
10 o más salarios	0	0%
Total	161	100%

Fuente: elaboración propia

Gráfico 9: Ingresos económicos



Análisis

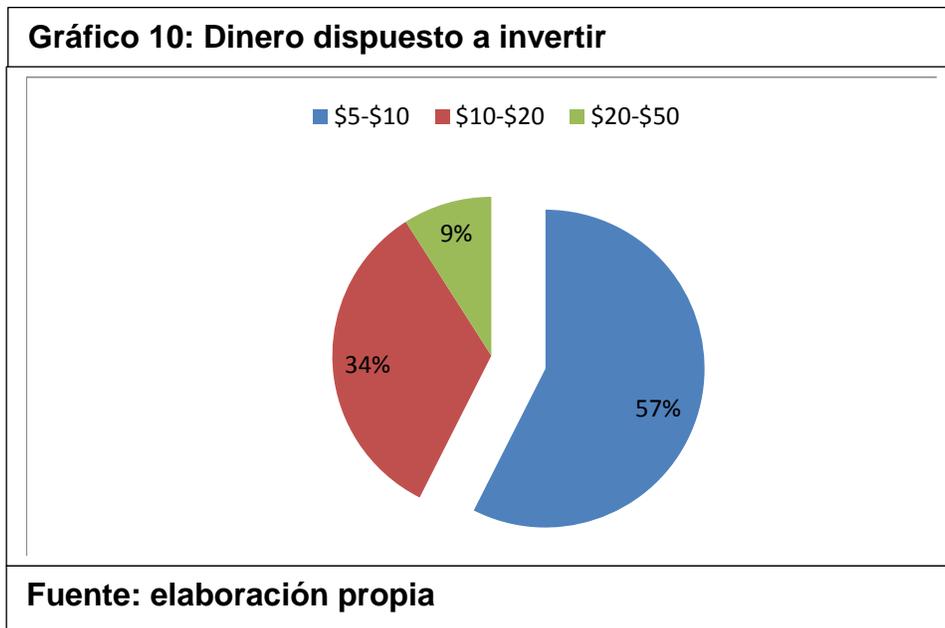
En los ingresos económicos la gráfica nos indica que el 91% de los encuestados cuentan con 1 a 3 salarios básicos, mientras una minoría de 9% indican que cuentan con 3 o más salarios básicos esto nos ayuda a determinar los valores que se deben utilizar al momento de poner precio a algún producto o servicio turístico.

Pregunta # 1:

Tabla 10: ¿Cuánto dinero está Usted dispuesto a invertir para disfrutar de los servicios que ofrece la Comunidad 23 de Noviembre?

	N° ENCUESTADO	PORCENTAJE
\$5-\$10	108	57%
\$10-\$20	63	34%
20-\$50	17	9%
Total	188	100%

Fuente: elaboración propia



Análisis

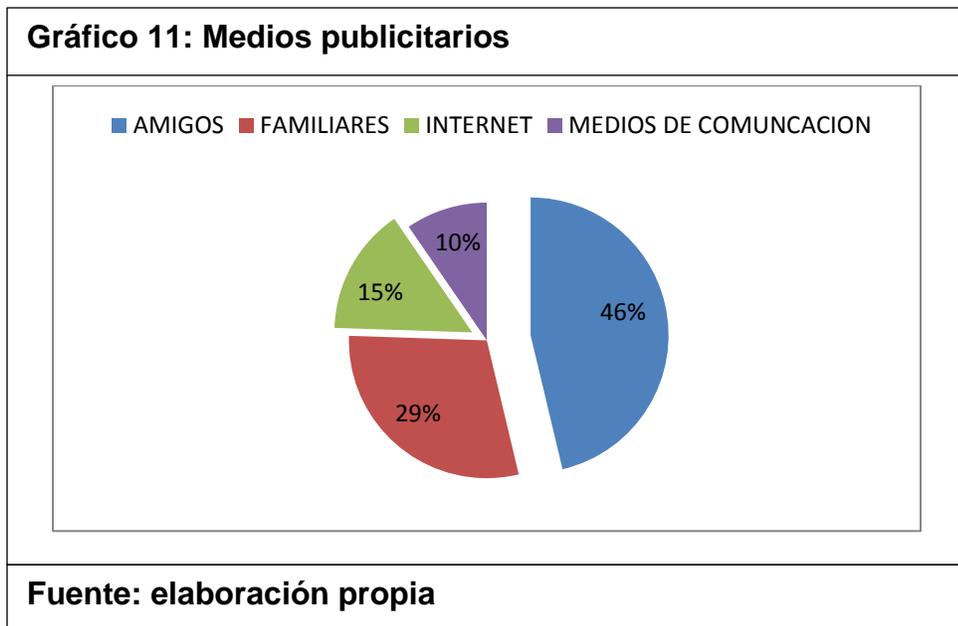
Sobre el dinero a invertir en la Comunidad 23 de Noviembre se puede evidenciar que el 57% está de acuerdo en invertir de \$5 a \$10 dólares, mientras que el 34% está dispuesto a invertir de \$10 a \$20 dólares en sus visitas y el 9% dispone a invertir de \$20 a \$50 dólares en cada visita.

Pregunta # 2:

Tabla 11: ¿Cómo se enteró usted acerca de los servicios y actividades que se pueden realizar en la Comunidad 23 de Noviembre?

	N° ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Amigos	87	46%
Familiares	55	29%
Internet	28	15%
Medios de comunicación	18	10%
Total	188	100%

Fuente: elaboración propia



Análisis

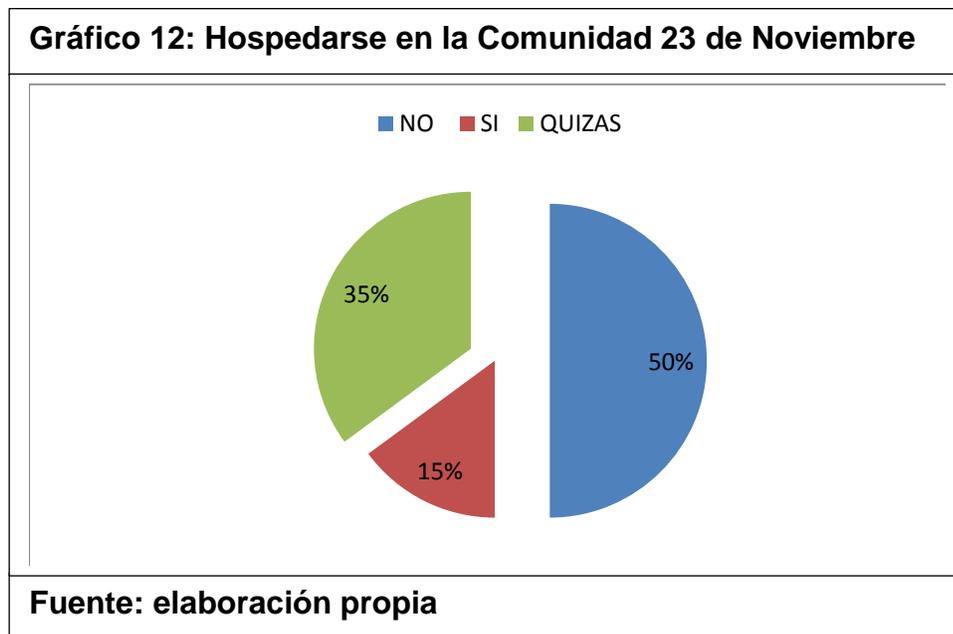
En la gráfica se observa que el 46% de los visitantes encuestados se enteran de los atractivos mediante amigos, mientras que el 29% lo hace mediante referencias familiares, el menor porcentaje es de 10% lo hace por medios de comunicación.

Pregunta #3:

Tabla 12: ¿Le gustaría hospedarse en la Comunidad 23 de Noviembre?

	N° ENCUESTADOS	PORCENTAJE
No	94	50%
Si	28	15%
Quizás	66	35%
Total	188	100%

Fuente: elaboración propia



Análisis

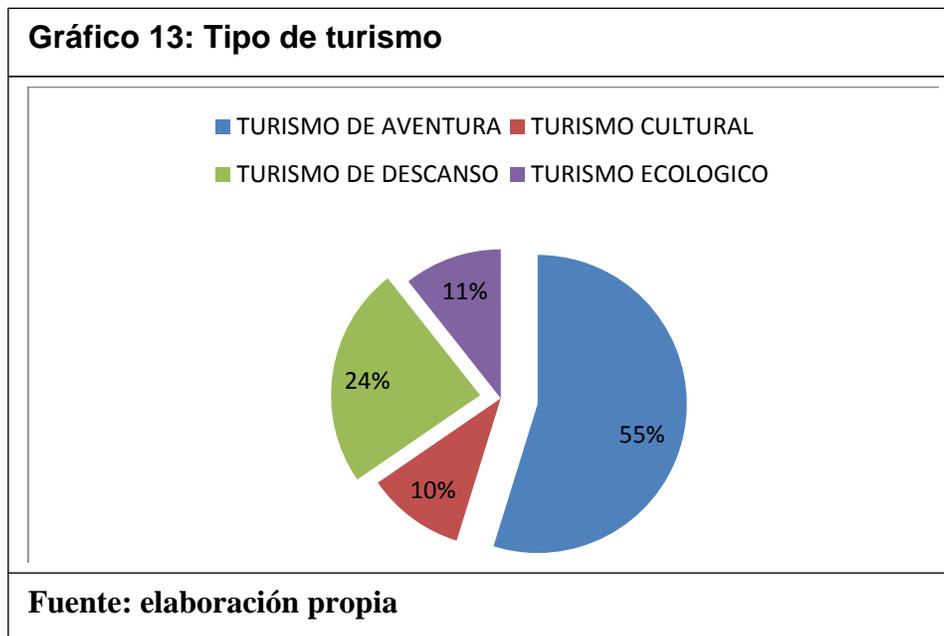
El 50% de los encuestados respondieron con un “no” en la pregunta si les gustaría hospedarse en la comunidad esto da a conocer que hay que mejorar la infraestructura de la zona para así obtener acogida de los turistas.

Pregunta # 4:

Tabla 13: ¿Qué tipo de turismo le gusta realizar?

	N° ENCUESTADO	PORCENTAJE
Turismo de aventura	103	55%
Turismo cultural	20	10%
Turismo de descanso	45	24%
Turismo ecológico	20	11%
Total	188	100%

Fuente: elaboración propia



Análisis

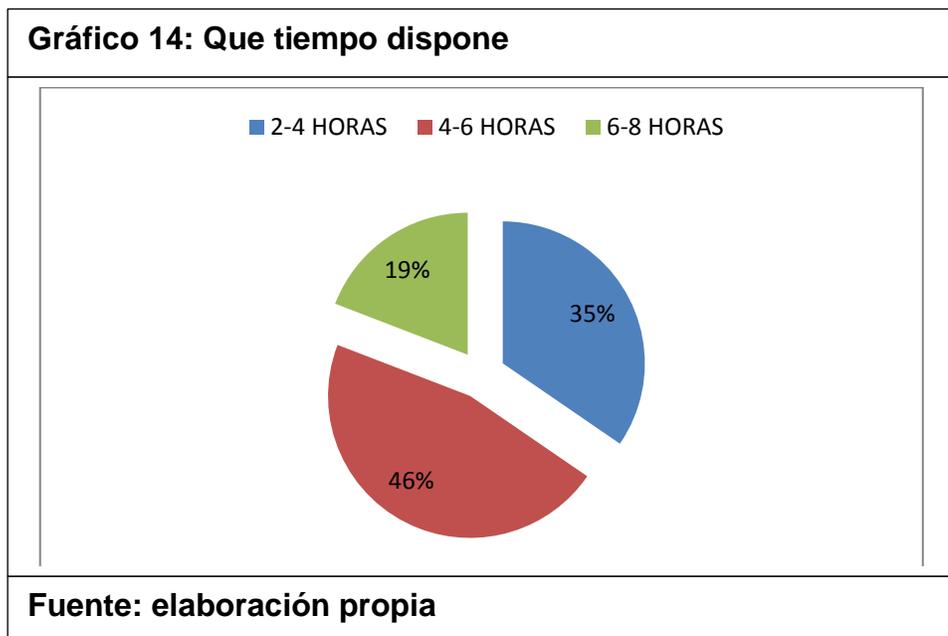
Se observa claramente que la mayoría de los encuestados prefieren el turismo de aventura con un 55%, el 24% de los encuestados dedica su tiempo al turismo de descanso, mientras que el resto de porcentajes se encuentra en 10% para el turismo cultural y el 11% al turismo ecológico.

Pregunta # 5:

Tabla 14: ¿Qué tiempo usted dispone para realizar las actividades turísticas que se encuentran en la Comunidad 23 de Noviembre?

	N° ENCUESTADO	PORCENTAJE
2-4 horas	65	35%
4-6 horas	87	46%
6-8 horas	36	19%
Total	188	100%

Fuente: elaboración propia



Análisis

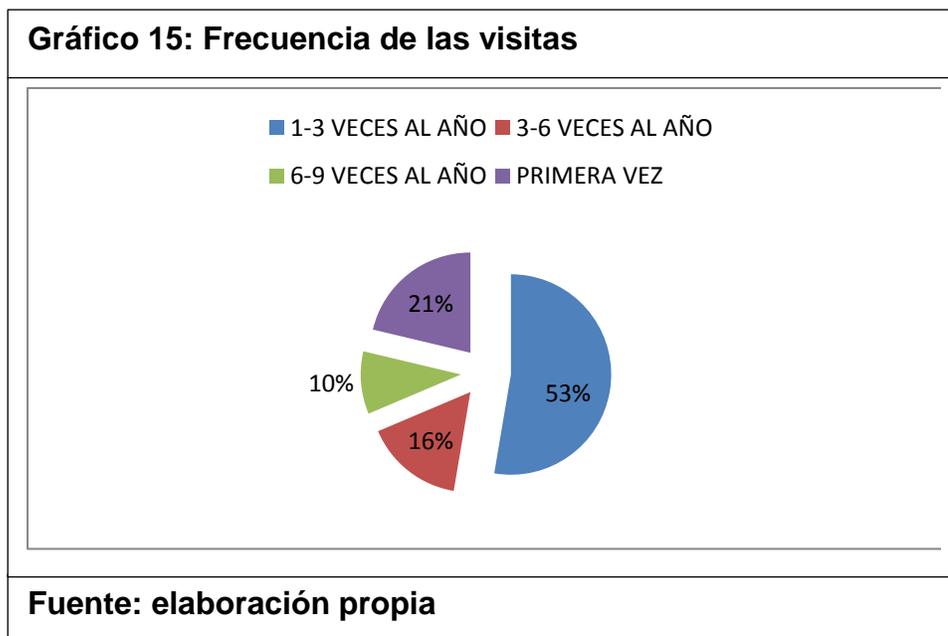
De acuerdo al tiempo que dispone el visitante al momento de realizar una actividad turística en la comunidad se puede observar que el 46% dispone de 4 a 6 horas, mientras que el 35% lo realiza en un rango de 6 a 8 horas.

Pregunta # 6:

Tabla 15: ¿Con que frecuencia visita la Comunidad 23 de Noviembre?

	N° ENCUESTADO	PORCENTAJE
1-3 veces al año	99	53%
3-6 veces al año	30	16%
6-9 veces al año	19	10%
Primera vez	40	21%
Total	188	100%

Fuente: elaboración propia



Análisis

Con respecto a la frecuencia de visitas hacia la Comunidad 23 de Noviembre se puede determinar que el 53% de los visitantes lo hace de 1 a 3 veces por año, el 21% lo hace por primera vez y el resto de los porcentaje se divide entre visitas de 3 a 6 veces y de 6 a 9 veces al año.

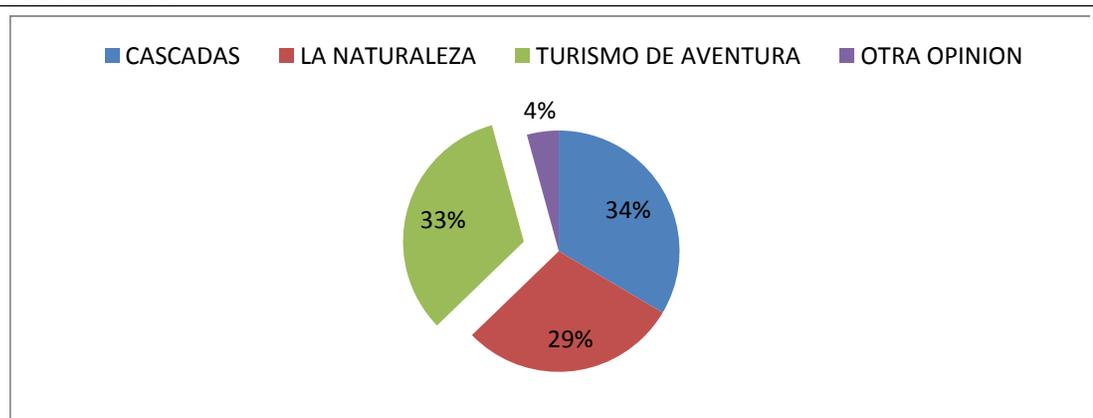
Pregunta # 7:

Tabla 16: ¿Cuál es el principal atractivo que lo motiva para realizar una actividad turística en la Comunidad 23 de Noviembre?

	N° ENCUESTADO	PORCENTAJE
Cascadas	63	34%
La naturaleza	55	29%
Turismo de aventura	62	33%
Otra opinión	8	4%
Total	188	100%

Fuente: elaboración propia

Gráfico 16: Principal atractivo turístico de la Comunidad 23 de Noviembre



Fuente: elaboración propia

Análisis

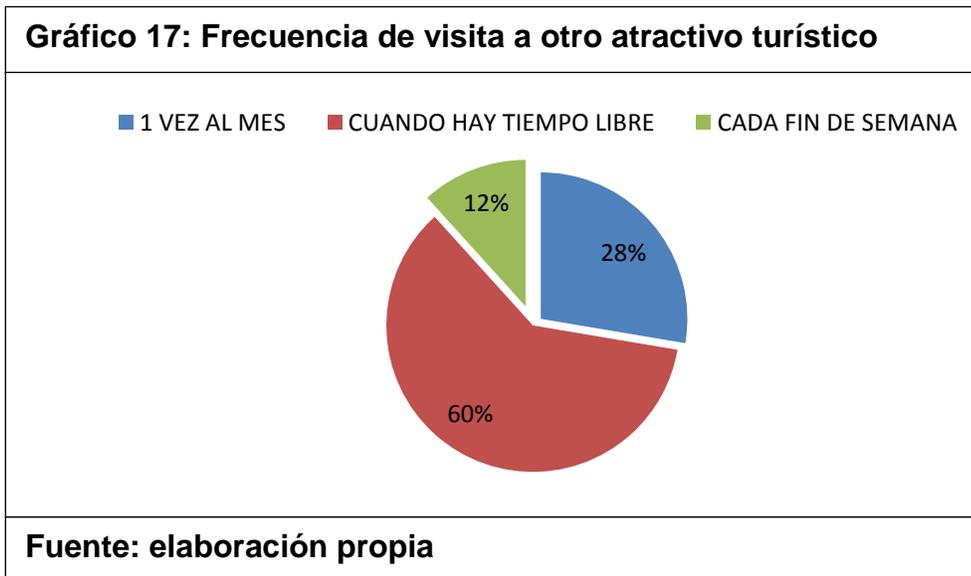
En la siguiente pregunta se puede evidenciar que el 34% de los visitantes se dirigen a la comunidad por las cascadas, mientras el 33% las visita indica que se puede realizar el turismo de aventura en la zona, el 29% por naturaleza y el 4% está destinada a otras clases de turismo.

Pregunta # 8:

Tabla 17: ¿Con qué frecuencia usted visita otro lugar turístico?

	N° ENCUESTADOS	PORCENTAJE
1 vez al mes	52	28%
Cuando hay tiempo libre	114	60%
Cada fin de semana	22	12%
Total	188	100%

Fuente: elaboración propia



Análisis

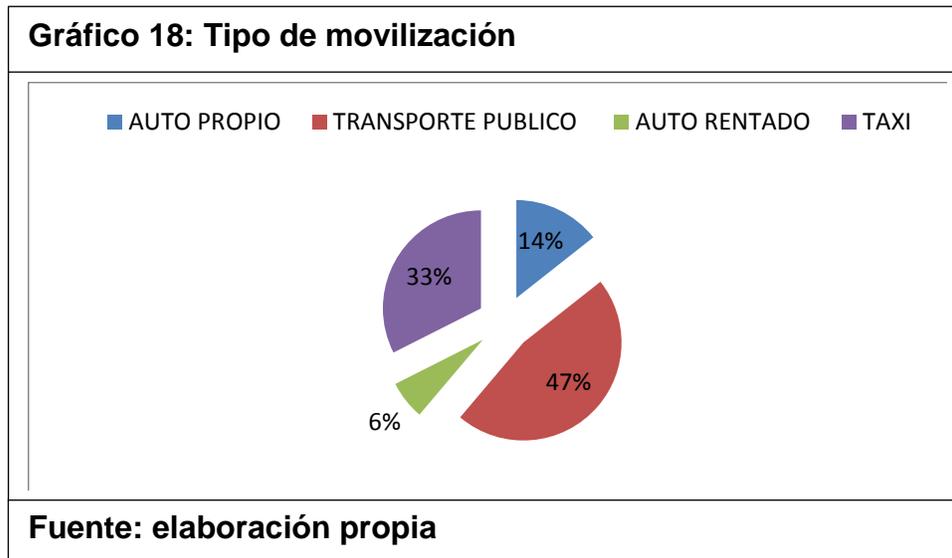
Podemos notar que el 60% indican que lo hacen cuando cuentan con tiempo disponible, el resto de los porcentajes se divide el 28% 1 vez al mes y el 12% a cada fin de semana.

Pregunta # 9:

Tabla 18: ¿Con qué medio de transporte se desplaza cuando visita la Comunidad 23 de Noviembre?

	N° ENCUESTADO	PORCENTAJE
Auto propio	27	14%
Transporte publico	88	47%
Auto rentado	12	6%
Taxi	61	33%
Total	188	100%

Fuente: Elaboración propia



Análisis

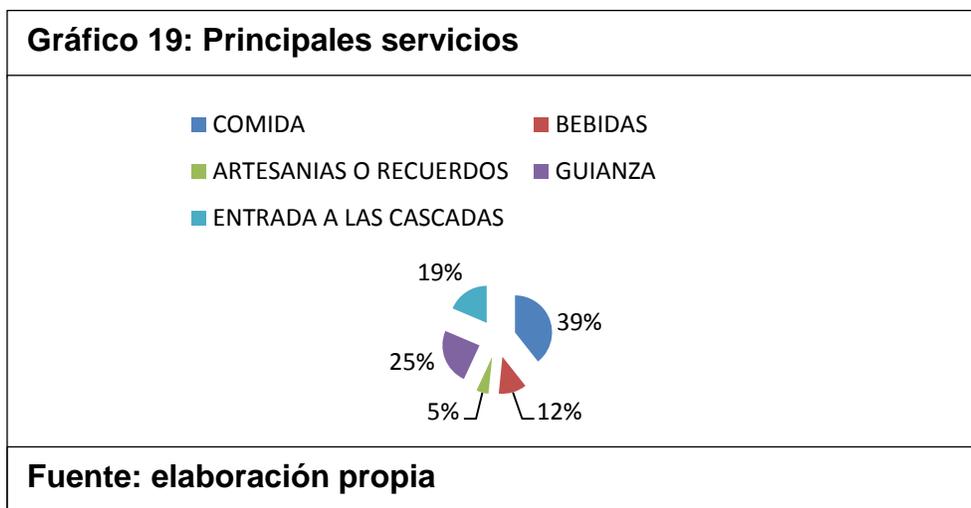
La siguiente gráfica refleja los valores de acuerdo al tipo de transporte que utilizan los turistas para desplazarse hacia la Comunidad 23 de Noviembre la cual da como resultado que el 47% utilizan el transporte público, el 33% taxi, el 14% auto propio y el 6% usa auto rentado al momento de dirigirse a la comunidad.

Pregunta # 10:

Tabla 19: Cuál es el servicio que más gasto de dinero le origina cuando visita la Comunidad 23 de Noviembre

	N° ENCUESTADO	PORCENTAJE
Comida	74	39%
Bebidas	23	12%
Artesanías o recuerdos	10	5%
Guianza	46	25%
Entrada a las cascadas	35	19%
Total	188	100%

Fuente: elaboración propia



Análisis

De acuerdo a la pregunta de los servicios ofrecidos en la Comunidad 23 de Noviembre que más acogida tienen se puede observar que el 39% de los encuestados indica que la comida es lo que más acogida tiene, otro porcentaje es la guianza la cual tiene un 25%, dejando con menos porcentajes a las bebidas, entradas a las cascadas y las artesanías.

4.3. Análisis de la entrevista

En la entrevista realizada al Sr. Miguel Amadeu Tigre Ali, presidente de la Comunidad 23 de Noviembre, el cual ha trabajado durante muchos años como promotor turístico de la zona en beneficio de la comunidad sin fines de lucro para darle vida a este lugar junto a los atractivos turísticos que se encuentran en la comunidad.

De acuerdo a los orígenes de la comunidad el Sr. Tigre indicó que este lugar comenzó como una cooperativa la cual se constituyó en el año 1974, posteriormente en el año 1985 fue disuelto por el Ministerio de Agricultura como comunidad la misma que quedó sin su respaldo jurídico.

Luego en los años 89 o 90 pasó a ser una asociación de trabajadores agrícola 26 de febrero, actualmente hace aproximadamente 2 años paso a ser constituida como asociación de agroturismo las 7 Cascadas la cual se ha manejado dentro de esa asociación.

Una de las inquietudes fue conocer qué tipo de ayuda han recibido por parte de entidades públicas o privadas lo cual indicó que no han recibido mucha ayuda y ellos han tratado de salir adelante utilizando los recursos naturales con las que cuentan, y que fuera muy necesario recibir capacitaciones para brindar un mejor servicio en el ámbito turístico.

Además se le preguntó cuál era su opinión acerca de los servicios que allí se ofrecen y aseguró que la calidad de servicio es muy necesaria, esto atraería a más visitantes como también mejorarían los ingresos económicos para los comuneros, sin

embargo fuera importante que alguna entidad ya sea pública o privada realice capacitaciones para beneficios de la comunidad.

Por otra parte se le preguntó qué opina sobre la creación de la oficina de monitoreo para llevar el control de los gustos y preferencias del turista con el fin de conocer que es lo que motiva al turista a visitar la Comunidad 23 de Noviembre, el afirmó que esto sería muy importante ya que el como presidente ha delegado personas dentro de la comunidad para darse cuenta de las preferencias que tiene el visitante.

4.4. Triangulación de los resultados

Tabla 20: Triangulación de los resultados			
	OBSERVACIÓN	ENCUESTA	ENTREVISTA
<p>CAMPO</p> <p>La Comunidad 23 de Noviembre ubicada en el Cantón Naranjal, Provincia del Guayas.</p>	<p>La comunidad 23 de Noviembre cuenta con dos atractivos naturales por ende este atractivo cuenta constantemente con afluencia de turistas, debido a esto se va establecer la oficina de monitoreo para llevar el control de los visitantes para ayuda de los comuneros.</p>	<p>Las encuestas realizadas a los visitantes sirvieron para darle solución a nuestro problema de investigación, con el propósito de tener una mejor perspectiva del tipo de turista.</p>	<p>La entrevista realizada ayudó a medir cuáles son los problemas con los que cuenta el atractivo y cómo podríamos aportar a beneficio de la Comunidad 23 de Noviembre.</p>

	OBSERVACIÓN	ENCUESTA	ENTREVISTA
<p>OBJETO</p> <p>Determinación del perfil demográfico y psicográfico del visitante.</p>	<p>En lo que consiste al perfil del demográfico y psicográfico se pudo evidenciar las diferentes características y opiniones de cada uno de los visitantes a la hora de trasladarse hacia el atractivo turístico.</p>	<p>Mediante las encuestas se logró tener un enfoque general del perfil demográfico, es decir, edades, sexo, nacionalidades entre otras y de acuerdo a lo psicográfico se pudo obtener opiniones sobre los servicios que allí se ofrecen.</p>	<p>Mediante la entrevista se pudo establecer la importancia que tiene nuestra propuesta la cual es establecer una oficina de monitoreo encargado de llevar el control de los gustos y preferencias del visitante, para mejorar la afluencia de visitantes, como los ingresos económicos.</p>

CAPÍTULO V

5. PROPUESTA

Establecer una oficina de monitoreo de visitantes en la Comunidad 23 de Noviembre, con el propósito de llevar un control actualizado de los gustos y preferencias con las que cuenta el turista al momento de trasladarse al atractivo

5.1. Introducción

La afluencia constante de turistas permite notar la gran importancia que tiene establecer una oficina de monitoreo para determinar las necesidades con las que cuenta el turista a la hora de trasladarse al atractivo.

La estrategia que se propone en este capítulo pretende que la Comunidad 23 de Noviembre cuente con una oficina de monitoreo para llevar el control permanente del ingreso de visitantes, como también tomar en cuenta las opiniones, expectativas, gustos y preferencias para reconocer a qué tipo de turista se dirigen y así poder brindar un mejor servicio e incrementar los ingresos económicos de la comunidad.

Este proyecto está enfocado en el control permanente de los gustos y preferencias del visitante que se dirige hacia la Comunidad 23 de Noviembre.

5.2. Justificación

Según el estudio realizado en la Comunidad 23 de Noviembre permitió conocer la importancia de la implementación de esta propuesta debido a la constante afluencia de visitas.

Y es así que el presidente el Sr. Miguel Tigre coincidió que este proyecto es factible para el desarrollo turístico local e incrementaría la demanda de turistas y posterior a ello se mejorarían los estándares de servicios para brindar un mejor funcionamiento de acuerdo a las preferencias de los visitantes.

Establecer la oficina de monitoreo ayudará a los comuneros a que se den cuenta de lo que realmente necesita el visitante, este control servirá para identificar en qué deben mejorar para obtener una mejor afluencia de visitas y así incrementar sus ingresos económicos ya sea en servicios gastronómicos o en servicios turísticos que se ofrecen dentro de la comunidad.

5.3. Visión

Brindar un mejor servicio a los visitantes con el propósito de hacer que la Comunidad 23 de Noviembre sea un lugar digno de visitar y teniendo en cuenta las opiniones y necesidades de los turistas para lograr su satisfacción y motivación al dirigirse hacia el lugar.

5.4. Objetivo general

Establecer una oficina de monitoreo de visitantes en la Comunidad 23 de Noviembre, que permita actualizar los gustos y preferencias de los turistas con el fin de mejorar los productos y servicios turísticos.

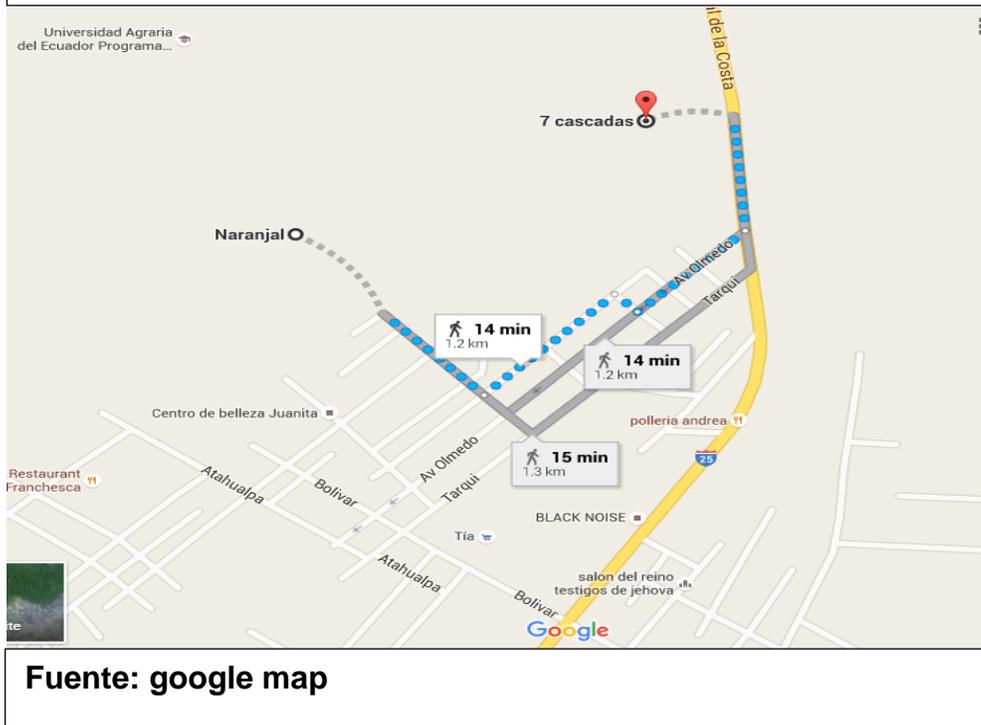
5.5. Objetivos específicos

- Estimar el gasto turístico que genera la visita de turistas en la Comunidad 23 de Noviembre.
- Conocer las necesidades y preferencias de los visitantes que se dirige hacia la Comunidad 23 de Noviembre.
- Incrementar niveles de satisfacción y estimular la revisita hacia la Comunidad 23 de Noviembre.

5.6. Ubicación

La presente propuesta se llevará a cabo en la Comunidad 23 de Noviembre, Cantón Naranjal, Provincia del Guayas, específicamente en la casa comunal de la comunidad dada por el presidente de la comunidad el Sr. Miguel Tigre.

Ilustración 7: ubicación geográfica



Fuente: google map

5.7. Descripción de la propuesta

El espacio físico donde se llevará a cabo este proyecto será en la casa comunal de la Comunidad 23 de Noviembre, esta área fue designada por el Sr. Miguel Tigre (Presidente de la comunidad), ya que en este lugar se hacen las reuniones en conjunto con los moradores de la zona.

En este lugar se podrán establecer conversaciones y reuniones acerca de las ventajas y desventajas de los servicios que se ofrecen esto se dará con la ayuda de la población con el propósito de mejorar sus ingresos.

Las ventajas con la que cuenta este proyecto es que el lugar cuenta con una constante afluencia de turistas, esto facilita el trabajo al momento de recolectar información sobre las opiniones y necesidades de los visitantes.

Ilustración 8: casa comunal



Fuente: tomadas por el autor

Ilustración 9: interior de la sede social 23 de Noviembre



Fuente: tomadas por el autor

5.8. Recursos de la propuesta

Los recursos con los que cuenta la oficina de monitoreo es el lugar donde permanentemente se realizan las reuniones y también la constante afluencia de visitas que se obtiene en todo el año.

5.8.1. Afluencia de visitantes

Esto es muy importante ya que se puede documentar el ingreso de los visitantes en todo el año, sabiendo las expectativas de cada uno de ellos y se podrá ejecutar planes estratégicos para la acogida en temporadas altas y así brindar un mejor servicio a los visitantes, beneficiándose de la demanda turística e incrementando los ingresos económicos.

Ilustración 10: afluencia de visitantes



Fuente: tomadas por el autor

5.8.2. Normas establecidas por los comuneros hacia los visitantes

Estas son las normas establecidas para los visitantes de manera de tener un control de manejo de las áreas de atracción turística esto ayuda a que el visitante sea muy cuidadoso al momento de ingresar al atractivo, pero a la vez sería mejor contar con más normas para preservar el atractivo natural.

Ilustración 11: normas para el ingreso del atractivo turístico



Fuente: tomadas por el autor

5.8.3. Centro de información sobre el atractivo turístico dentro de la Comunidad 23 de Noviembre

Este es un punto de información turística la cual es brindada por personas del mismo lugar con el propósito de que el turista conozca de las normas y recomendaciones sobre el lugar para que no haiga ningún inconveniente al momento de realizar alguna actividad turística que se puede realizar dentro de la comunidad.

5.8.4. Motivación para visitar el atractivo turístico

Falta de mejoramiento en las señaléticas del atractivo, en este lugar podemos realizar el turismo de aventura lo cual permite ejercitarnos de una manera sana también podemos estar en contacto con la naturaleza y podemos visualizar la hermosa flora y fauna con ala que cuenta este lugar.

Ilustración 12: motivación para visitar el atractivo turístico



Fuente: tomadas por el autor

5.8.5. Entrada a la Comunidad 23 de Noviembre

En esta ilustración se observa la entrada a la Comunidad 23 de Noviembre la cual podemos notar que es un lugar lleno de naturaleza y aire puro, aquí podremos disfrutar de todos los servicios que se ofrecen ya sea en lo gastronómico o servicios turísticos.

Ilustración 13: entrada a la Comunidad 23 de Noviembre



Fuente: tomadas por el autor

5.8.6. Servicios gastronómicos que se ofrecen

La gastronomía del lugar es uno de los ingresos económicos más factibles después de la actividad turística lo cual sería importante tener en cuenta las expectativas del visitante para mejorar los servicios que se ofrecen dentro de la Comunidad 23 de Noviembre.

Ilustración 14: servicios gastronómicos que se ofrecen



Fuente: tomadas por el autor

5.9. Financiamiento

Para el financiamiento de la propuesta se da 2 opciones las cuales se dan a conocer a continuación:

- Opción A: el financiamiento será por parte del Ministerio de turismo.
- Opción B: el presidente de la comunidad se hará cargo del financiamiento con una menor inversión a la ya planteada.

Tabla 21: Gastos a realizar			
Cantidad	Descripción	Valor unitario	Valor total
5	Sillas plásticas	\$ 9,00	\$ 45,00
3	Mesas plásticas	\$ 30,00	\$ 90,00
2	Escritorios	\$100.00	\$ 200.00
3	Talento humano	\$ 354,00	\$ 1,062
Instrumentos de trabajo			
50	Bolígrafos	\$ 0,20	\$ 10,00
50	Carpetas pasticas	\$ 0,30	\$ 15,00
500	Papel tamaño A4	\$ 3.00	\$ 15,00
2	Computadoras	\$ 500.00	\$ 1.000
1	Impresora/ copiadora	\$ 650.00	\$ 650.00
	Total		\$3,087
Fuente: elaboración propia			

CAPÍTULO VI

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

- ✓ La Comunidad 23 de Noviembre cuenta con atractivos turísticos que realzan el lugar, además se ofrecen servicios turísticos dignos de adquirir.
- ✓ Según los resultados obtenidos se pudo evidenciar por parte de las encuestas y entrevistas que es necesaria la captación de las preferencias turísticas por parte de los visitantes.
- ✓ El planteamiento de establecer un observatorio para determinar el perfil del visitante y llevar el control de los gustos y preferencias del turista ayuda a mejorar la calidad del servicio y sirve para tratar de llegar al visitante con el propósito de contar con una mejor afluencia de visitas y obtener mayores ingresos económicos para los habitantes de la Comunidad 23 de Noviembre.
- ✓ La mayor parte de las personas que se dirigen al atractivo son por las cascadas lo cual genera una gran demanda turística y genera mayores ingresos a la comunidad.

6.2. Recomendaciones

- ✓ Promover las diferentes capacitaciones hacia los habitantes de la comunidad esto con el objetivo de brindar un mejor servicio en el ámbito turístico.

- ✓ Mejorar el nivel de infraestructura para contar con servicio de alojamientos para los turistas.

- ✓ Mejorar el servicio gastronómico para la obtención de un mayor ingreso de visitantes.

- ✓ Contar con un puesto de emergencias para cualquier inconveniente que pueda pasar dentro o fuera de la Comunidad 23 de Noviembre.

- ✓ Lograr una organización entre los comuneros con el fin de promover la zona como un atractivo turístico para lograr una gran mejora económica y social.

Bibliografía

- Alhroot, H. A. H.; Alalak, B. A. M. (2010) "An evaluation of the main critical success factors of tourist destination marketing". *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 1(12): 315- 330
- Araújo M. & Isayama, M.F. (2009) "As fronteiras entre turismo e lazer". *Anais x seminário O Lazerem Debate*. UFMG/DEF/CELAR, Belo Horizonte pp.145-150.
- Beltrami, Mauro. (2010) *Ocio y viajes en la historia: antigüedad y medioevo*, Edición electrónica gratuita. Texto completo en www.eumed.net/libros/2010a/646/
- Castaño Blanco, J. M., Moreno Sáez, A., García Dauder, S., & Crego Díaz, A. (2003). Aproximación psicosocial a la motivación turística: Variables implicadas en la elección de Madrid como destino. *Estudios turísticos*, 158, 5-41. http://vinculando.org/vacaciones_viajes/turismo_sostenible/3_evolucion_historica_del_turismo.html
- Cisneros, M. L. (2011). *Antecedentes históricos del turismo*, Facultad de Turismo Universidad de La Habana, Cuba
- Constitución de la República del Ecuador (2008).
- Cuenca, M. (2004). *Pedagogía del Ocio: Modelos y Propuestas*. Bilbao: Universidad de Deusto.

- Chen, C.F. y Chen, F.S. (2009). Experience quality, perceive value, satisfaction and behavioural intentions for heritage tourists. *Tourism Management*, 31(1), 29-35.
- Dann, G.M.S. (1977). Anomie, egoenhancement and tourism. *Annals of Tourism Research*, 4, 184-194. Dann, G.M.S. (1981). Tourism motivation: an appraisal. *Annals of Tourism Research*, 8, 187-219.
- Demelas, Ricardo. (2009) Los determinantes de la demanda turística y sus implicaciones en término de estacionalidad. Tesis (Doctorado Economía) Barcelona, España: Universidad Autónoma de Barcelona. Departamento de Economía Aplicada. 40 p.
- Devesa, M. y Palacios, A. (2005). Predicciones en el nivel de satisfacción percibida por los turistas a partir de variables motivacionales y de valoración de la visita. *Información Comercial Española*, 821, 241-255.
- Fontcuberta, M. (2007). Educación en medios en Chile: un desafío pendiente. [En <http://www.institutodeprensa.com/ponencias/stgo/Fotcuberta.ppt>.
- Gomes, C. L. & Souza, T.R. (2011) “La temática del ocio según los docentes de las carreras de turismo. Minas Gerais, Brasil”. *Estudios y perspectivas en turismo* 20(1): 127-148. Disponible en: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S185117322011000100008&lng=es&nrm=iso

Gomes, C.; Pinheiro, M. F. G. & Lacerda, L. L. L. (2010) "Lazer, turismo e incluso social: intervençãocomidosos". Editora UFMG, Belo Horizonte.

Gomes, Christianne; Elizalde, Rodrigo (2009), "Trabajo, tiempo libre y ocio en la contemporaneidad: Contradicciones y desafíos". En: Revista Polis. Nº 22. Universidad Bolivariana, Santiago. Disponible en: <http://www.revistapolis.cl/polis%20final/22/art14.htm>

Hernández, A. y Morales, V. (2008). Una revisión teórica. Ocio, tiempo libre y animación sociocultural. Lecturas EF y Deportes. Disponible en <http://www.efdeportes.com/efd127/una-revision-teorica-ocio-tiempolibre-y-animación-sociocultural.htm>

Instituto nacional de estadísticas y censos, 2010

Josefá Barbosa, A. & Parada Gutiérrez, O. (2010). Propuesta de un procedimiento para el análisis de la demanda turística. Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo Local. Vol. 3, No. 7

Kozak, M. y Rimminghton, M. (2000). Tourist Satisfaction with Mallorca, Spain, as an off-season holiday destination. Journal of Travel Research, 38, 260-269.

Laguna García, M., & Palacios Picos, A. (2009). La Calidad percibida como determinante de tipologías de clientes y su relación con la satisfacción: Aplicación a los servicios hoteleros. Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa , 18, 189-212.

- Lopes Brenner, Eliane. La motivación turística: el caso de la región de las aguas termales de Goiás, Brasil/ Boletín de la A.G.E. N.º 42. págs. 303-314. Universidad de Católica de Goiás, Brasil. 2006
- Mahika, Elena C. (2011). Current trends in tourist motivation. Cactus Tourism Journal, Vol. 2, 15-24.
- Martínez García, Esther y Rayama. Josep (2009). Determinantes de la demanda temporal del turismo: una aproximación microeconómica con un modelo de duración. Investigaciones Económicas, 33(2):271-302. ISSN 0210- 1521
- Martín, M.T. y Recio, M. (2006). Análisis de la calidad percibida y motivación del turismo rural. Madrid: Servicio de Publicaciones de la Universidad Rey Juan Carlos.
- Mata, A. (2012). Factores condicionantes de la competitividad de la Isla de Margarita; bajo un enfoque de satisfacción turística de la gestión estratégica de destinos. Centro de Investigaciones Turísticas (CITUR), 2(3). Recuperado a partir de <http://bit.ly/VESgQU>.
- Medina, C.L. (2012) Historia de Naranjal
- Ministerio del Ambiente. (2006) Áreas protegidas. Obtenido de Pagina del Ministerio del Ambiente.
- Morles, V (1994, p. 54). Planeamiento y análisis de investigaciones (8ª ed.). Caracas: El Dorado.

Mosti, P. A. (2010). "El alcance de las actividades turísticas y recreativas en los espacios naturales del hinterland de Ushuaia - Tierra del Fuego - Argentina". *Estudios y Perspectivas en Turismo* 19(4): 516-533

Municipio de Naranjal, 2015

Perfil del turista extranjero (2010) Prom Perú.

Plandetur 2020, (2007).

Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017.

Song, H. y Witt, S. (2009). *The advanced econometrics of tourism demand*. New York. Ed. Routledge.

Sue, R. (1982) *El ocio México*: FCE.

Tigre Ali, M (2015) Entrevista realizada

Yoon, Y.S., Lee, J.S. y Lee, C.K. (2009). Measuring festival quality and value affecting visitors' satisfaction and loyalty using a structural approach. *International Journal of Hospitality Management*, 29(2), 335-342.

Yuksel, A., Yuksel, F. y Bilim, Y. (2009). Destination attachment: Effects on customer satisfaction and cognitive, affective and conative loyalty". *Tourism Management*, 31(2), 274-284.

Zabkar, V., Makovec, M. y Dmitrovic, T. (2009). Modelling perceived quality, visitor satisfaction and behavioral intentions at the destination level. *Tourism Management*, 31(4), 537-546.

Anexos



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

Encuesta:

Determinación del perfil demográfico y psicográfico del visitante de la Comunidad 23 de Noviembre en el Cantón Naranjal, Provincia del Guayas.

Datos generales

Edad: _____ años. **Sexo:** Hombre Mujer **Profesión/Ocupación:** _____

País: _____

Ciudad de residencia: _____

Estado civil:	Soltero <input type="checkbox"/>	Casado/unión libre <input type="checkbox"/>	Divorciado <input type="checkbox"/>
Relación laboral:	Desempleado <input type="checkbox"/>	Servidor público <input type="checkbox"/>	Emprendimiento propio <input type="checkbox"/>
Nivel de instrucción:	Primaria <input type="checkbox"/> Tercer nivel <input type="checkbox"/>	Secundaria <input type="checkbox"/> Cuarto nivel <input type="checkbox"/>	
Ingresos económicos:	De 1 -3 salarios básicos <input type="checkbox"/> De 6 -10 salarios básicos <input type="checkbox"/>	De 3 -6 salarios básicos <input type="checkbox"/> De 10 o más salarios básicos <input type="checkbox"/>	
I. ¿Cuánto dinero está Usted dispuesto a invertir para disfrutar de los servicios que ofrece la Comunidad 23 de Noviembre?	De \$ 5 a \$ 10 <input type="checkbox"/>	De \$ 10 a \$ 20 <input type="checkbox"/>	De \$ 20 a \$ 50 <input type="checkbox"/>

II. ¿Cómo se enteró usted acerca de los servicios y actividades que se pueden realizar en la Comunidad 23 de Noviembre?	Medios de comunicación <input type="checkbox"/> Familiares <input type="checkbox"/> Internet <input type="checkbox"/> Amigos <input type="checkbox"/>
III. ¿Le gustaría hospedarse en la Comunidad 23 de Noviembre?	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Quizás <input type="checkbox"/>
IV. ¿Qué tipo de turismo le gusta realizar?	Turismo de aventura <input type="checkbox"/> Turismo cultural <input type="checkbox"/> Turismo de descanso <input type="checkbox"/> Turismo ecológico <input type="checkbox"/>
V. ¿Qué tiempo usted dispone para realizar las actividades turísticas que se encuentran en la Comunidad 23 de Noviembre?	De 2 a 4 horas <input type="checkbox"/> De 4 a 6 horas <input type="checkbox"/> De 6 a 8 horas <input type="checkbox"/>
VI. ¿Con que frecuencia visita la Comunidad 23 de Noviembre?	1-3 veces al año <input type="checkbox"/> 6-9 veces al año <input type="checkbox"/> 3-6 veces al año <input type="checkbox"/> Primera vez <input type="checkbox"/>
VII. ¿Cuál es el principal atractivo que lo motiva para realizar una actividad turística en la Comunidad 23 de Noviembre?	Las cascadas <input type="checkbox"/> Turismo de aventura <input type="checkbox"/> La naturaleza <input type="checkbox"/> Otra opinión <input type="checkbox"/>
VIII. ¿Con que frecuencia usted visita otro lugar turístico?	Todos los fines de semana <input type="checkbox"/> Una vez al mes <input type="checkbox"/> Cuando tengo tiempo libre <input type="checkbox"/>
IX. ¿Con que medio de transporte se desplaza cuando visita la Comunidad 23 de Noviembre?	Auto propio <input type="checkbox"/> Auto rentado <input type="checkbox"/> Transporte publico <input type="checkbox"/> Taxi <input type="checkbox"/>
X. Cuál es el servicio que más gasto de dinero le origina cuando visita la Comunidad 23 de Noviembre	Comida <input type="checkbox"/> Bebidas <input type="checkbox"/> Recuerdos o artesanía <input type="checkbox"/> Entrada a las cascadas <input type="checkbox"/> Guianza <input type="checkbox"/>

Elaborado por: Jefferson Salvatierra Valero